

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Diplomová práce

**Zhodnocení potenciálu zvolené destinace cestovního
ruchu v České republice**

Bc. Mitrusová Nicola

© 2022 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Nicola Mitrusová

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Zhodnocení potenciálu zvolené destinace cestovního ruchu v České republice

Název anglicky

Assessment of the chosen tourism destination potential in the Czech Republic

Cíle práce

Cílem diplomové práce je provést celkové zhodnocení potenciálu cestovního ruchu zvolené destinace v kontextu udržitelného rozvoje. Přínosem diplomové práce bude zpracování doporučení pro případné zlepšení stávajícího stavu v oblasti udržitelnosti turismu.

Metodika

Metodika teoretické části bude vycházet ze studia dostupné literatury, především odborných knih, aktuálních internetových zdrojů a vědeckých článků, pojednávajícím o daném tématu. Teoretická východiska budou zpracována na základě metody zkoumání dokumentů prostřednictvím komparace a syntézy informací.

Následně bude zpracována část praktická, ve které bude charakterizována zvolená destinace. V této části bude provedeno zhodnocení jejího potenciálu pro cestovní ruch a dotazníkové šetření názorů účastníků cestovního ruchu. Dále bude pomocí ukazatelů intenzity cestovního ruchu zjišťována zatíženost sledovaného území.

V závěru práce budou diskutovány výsledky a získaná zjištění budou využita k tvorbě doporučení pro případné zlepšení stávajícího stavu z hlediska udržitelnosti cestovního ruchu ve zvolené destinaci.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

cestovní ruch, destinace, potenciál, služby, účastník cestovního ruchu, udržitelnost

Doporučené zdroje informací

- HAVLÍKOVÁ, Michaela, Lucie Crespo STUPKOVÁ a Lenka PLÍŠKOVÁ. Evaluation of sustainable tourism potential of the principle Giant Mountains resorts in the Czech Republic. *Environmental & Socio-economic Studies*. 2019, 7(4), 26-35. DOI:10.2478/environ-2019-0021. ISSN 2354-0079.
- KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Cestovní ruch a rekreace. Olomouc: Univerzita Palackého, 2014. ISBN 978-80-244-4430-7.
- KOTÍKOVÁ, Sylvie a Karolina PAVLŮ. Evaluation of the Setting of the Global Promotion of the Czech Republic Destination. *SHS Web of Conferences*. 2020, 74. DOI: 10.1051/shsconf/20207401016. ISSN 2261-2424.
- PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky. 2., aktualiz. a rozš. vyd.* Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.
- PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. *Společensky odpovědný cestovní ruch*. V Praze: Idea servis, 2018. ISBN 978-80-85970-91-3.
- RAŠOVSKÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada, 2017. Manažer. ISBN 978-80-247-5021-7.

Předběžný termín obhajoby

2021/22 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Miroslava Navrátilová, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 27. 2. 2022

prof. Ing. Luboš Smutka, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 28. 2. 2022

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 10. 03. 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Zhodnocení potenciálu zvolené destinace cestovního ruchu v České republice" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucí diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31.3. 2022

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí mé diplomové práce Ing. Miroslavě Navrátilové, Ph.D. za její cenné rady, věcné připomínky, ochotu i čas, který mi věnovala při zpracování mé práce. Dále bych touto cestou ráda poděkovala své rodině a přátelům, kteří mi byli během studií oporou.

Zhodnocení potenciálu zvolené destinace cestovního ruchu v České republice

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá zhodnocením potenciálu cestovního ruchu destinace Harrachov v kontextu udržitelného rozvoje. V první části práce jsou vypracována teoretická východiska zabývající se vymezením cestovního ruchu, typologií a základním členěním cestovního ruchu. Dále je zde kladen důraz na vymezení udržitelného turismu a klíčových pojmů. Teoretická východiska jsou zpracována na základě metody zkoumání dokumentů prostřednictvím komparace a syntézy informací. Ve vlastní části práce je zpracována charakteristika a rozbor lokalizačních faktorů cestovního ruchu střediska Harrachov, které následně slouží k vyhodnocení potenciálu této destinace dle Bínovy metody (2002). Dále je realizováno dotazníkové šetření mezi účastníky cestovního ruchu, přičemž veškerá získaná data jsou interpretována pomocí tabulek a grafů. Pomocí ukazatelů intenzity cestovního ruchu je také zjišťována zatíženost dané destinace. Informace získané z vlastní části práce následně slouží jako podklad pro zhodnocení a diskuzi výsledků, na jejichž základě jsou zpracována doporučení a návrhy vedoucí k udržitelnému rozvoji turismu v Harrachově.

Klíčová slova: cestovní ruch, destinace, potenciál, služby, účastník cestovního ruchu, udržitelnost

Assessment of the Chosen Tourism Destination Potential in the Czech Republic

Abstract

The diploma thesis deals with the evaluation of the tourism potential of the Harrachov destination in the context of sustainable development. In the first part of the thesis, theoretical bases dealing with the definition of tourism, typology and basic structure of tourism are elaborated. Sustainable tourism and key concepts are defined here as well. Theoretical background is elaborated on the basis of the method of examining documents through comparison and synthesis of information. The practical part of the thesis deals with the characteristics and analysis of the localization factors of tourism of the Harrachov and then used to evaluate the potential of this destination according to the Bína's method (2002). Furthermore, a questionnaire survey among tourism participants is carried out, and all the data obtained being interpreted using tables and graphs. Tourism intensity indicators are also used to determine the load on the destination. Information obtained from the practical part of the thesis subsequently serves as a basis for evaluation and discussion of results. Based on the evaluation and discussion of the results, recommendations and proposals leading to the sustainable development of tourism of Harrachov are elaborated.

Keywords: tourism, destination, potential, services, tourist, sustainability

Obsah

1	Úvod	12
2	Cíl práce a metodika	14
2.1	Cíl práce	14
2.2	Metodika	14
3	Teoretická východiska	19
3.1	Cestovní ruch	19
3.1.1	Vývoj cestovního ruchu	21
3.1.2	Vývoj cestovního ruchu v České republice.....	22
3.2	Typologie cestovního ruchu	24
3.2.1	Druhy cestovního ruchu	25
3.2.2	Formy cestovního ruchu.....	29
3.3	Udržitelný cestovní ruch	32
3.4	Cestovní ruch jako systém	35
3.4.1	Subjekt cestovního ruchu	35
3.4.2	Objekt cestovního ruchu	37
3.4.3	Předmět cestovního ruchu.....	38
3.5	Organizace cestovního ruchu	38
3.6	Služby v cestovním ruchu	41
3.7	Předpoklady rozvoje cestovního ruchu	44
3.7.1	Lokalizační předpoklady	45
3.7.2	Realizační předpoklady	46
3.7.3	Selektivní předpoklady	47
3.8	Destinace cestovního ruchu.....	49
3.8.1	Životní cyklus destinace.....	50
3.9	Destinační management	56
3.10	Rajonizace cestovního ruchu v České republice.....	56
4	Vlastní práce	59
4.1	Charakteristika zvolené destinace	59
4.2	Lokalizační podmínky cestovního ruchu ve zvolené destinaci	62
4.2.1	Vyhodnocení lokalizačních podmínek sledované destinace	73
4.3	Dotazníkové šetření.....	74
4.4	Ukazatele intenzity cestovního ruchu v oblasti.....	95

5	Výsledky a diskuse.....	102
5.1	Zhodnocení výsledků a diskuze	102
5.2	Doporučení	106
6	Závěr	111
7	Seznam použitých zdrojů.....	113
8	Přílohy	124

Seznam obrázků

Obrázek 1: Členění cestovního ruchu	25
Obrázek 2: Systém cestovního ruchu	35
Obrázek 3: Struktura služeb v cestovním ruchu	42
Obrázek 4: Schéma lokalizačních předpokladů cestovního ruchu.....	46
Obrázek 5: Schéma realizačních předpokladů cestovního ruchu.....	47
Obrázek 6: Schéma selektivních předpokladů cestovního ruchu.....	49
Obrázek 7: Životní cyklus destinace	51
Obrázek 8: Turistické regiony České republiky	58
Obrázek 9: Poloha střediska Harrachov	60
Obrázek 10: Středisko Harrachov v zimě	132
Obrázek 11: Centrum střediska Harrachov	132
Obrázek 12: Mumlavský vodopád v zimě	132
Obrázek 13: Mumlavský vodopád v létě	133
Obrázek 14: Skiareál Harrachov-Rýžoviště.....	133
Obrázek 15: Skiareál Harrachov-Ianovka na Čertovu horu	133
Obrázek 16: Skokanské můstky v Harrachově	134
Obrázek 17: Tetřívka obecná	134
Obrázek 18: Muzeum skla	134
Obrázek 19: Interiér sklárny	135
Obrázek 20: Ukázka produktu harrachovské sklárny	135
Obrázek 21: Expozice Ski muzea	135
Obrázek 22: Minipivovar Novosad & syn	136
Obrázek 23: Lokální harrachovská piva-František a Čerták	136
Obrázek 24: Vosecká bouda	136
Obrázek 25: Ozubnicová trať-Zubačka.....	137

Seznam tabulek

Tabulka 1: Vývoj cestovního ruchu	22
Tabulka 2: Příklady jednotlivých organizací cestovního ruchu.....	39
Tabulka 3: Vyhodnocení lokalizačních podmínek střediska Harrachov	74
Tabulka 4: Návštěva destinace.....	75
Tabulka 5: Informace o destinaci.....	76
Tabulka 6: Četnost návštěv střediska Harrachov	77
Tabulka 7: Délka pobytu v lokalitě.....	78
Tabulka 8: Volba ubytovacího zařízení	80
Tabulka 9: Způsob dopravy do destinace	81
Tabulka 10: Způsob stravování.....	82
Tabulka 11: Důvod návštěvy destinace	83
Tabulka 12: Doprovod při návštěvě destinace.....	84
Tabulka 13: Nejzajímavější atraktivity cestovního ruchu ve středisku	85
Tabulka 14: Atraktivita destinace	86
Tabulka 15: Důvod nezájmu o tuto destinaci.....	87

Tabulka 16: Změna přesvědčení respondentů.....	88
Tabulka 17: Informace o cestování.....	89
Tabulka 18: Preference dovolené.....	90
Tabulka 19: Pohlaví respondentů.....	90
Tabulka 20: Věková struktura respondentů.....	91
Tabulka 21: Bydliště respondentů.....	92
Tabulka 22: Vzdělání respondentů.....	93
Tabulka 23: Zaměstnání respondentů.....	94
Tabulka 24: Defertova funkce daného území.....	96
Tabulka 25: Míra hustoty výskytu turistů na daném území.....	97
Tabulka 26: Míra turistické penetrace v destinaci.....	98
Tabulka 27: Míra turistické intenzity v destinaci.....	99
Tabulka 28: Index turistického zatížení území.....	100

Seznam grafů

Graf 1: Návštěva destinace.....	75
Graf 2: Informace o destinaci.....	77
Graf 3: Četnost návštěv střediska Harrachov.....	78
Graf 4: Délka pobytu v lokalitě.....	79
Graf 5: Volba ubytovacího zařízení.....	80
Graf 6: Způsob dopravy do destinace.....	81
Graf 7: Způsob stravování.....	82
Graf 8: Důvod návštěvy destinace.....	83
Graf 9: Doprovod při návštěvě destinace.....	84
Graf 10: Nejzajímavější atraktivita cestovního ruchu ve středisku.....	85
Graf 11: Atraktivita destinace.....	86
Graf 12: Důvod nezájmu o tuto destinaci.....	87
Graf 13: Změna přesvědčení respondentů.....	88
Graf 14: Informace o cestování.....	89
Graf 15: Preference dovolené.....	90
Graf 16: Pohlaví respondentů.....	91
Graf 17: Věková struktura respondentů.....	92
Graf 18: Bydliště respondentů.....	93
Graf 19: Vzdělání respondentů.....	94
Graf 20: Zaměstnání respondentů.....	95
Graf 21: Hodnoty Defertovy funkce daného území v letech 2014-2020.....	96
Graf 22: Hodnoty míry hustoty výskytu turistů v letech 2014-2020.....	98
Graf 23: Hodnoty míry turistické penetrace v letech 2014-2020.....	99
Graf 24: Hodnoty míry turistické intenzity v letech 2014-2020.....	100
Graf 25: Index turistického zatížení území v letech 2014-2020.....	101

1 Úvod

Cestovní ruch neboli turismus je považován za fenomén současnosti a je nedílnou součástí ekonomiky všech vyspělých zemí světa. Turismus představuje komplexní hospodářsko-ekonomické odvětví, které je jedním z nejdynamičtěji se rozvíjejících. Přizpůsobuje se a reaguje na nové trendy, globalizaci a samozřejmě i zvyšuje podíl populace, která se účastní domácího či zahraničního cestování. Velmi významně ovlivňuje výši hrubého domácího produktu, platební bilanci, socio-ekonomický rozvoj státu či jednotlivých regionů, výši příjmů státního rozpočtu nebo taktéž míru nezaměstnanosti. Mezi další pozitivní vlivy cestovního ruchu patří růst hospodářské prosperity, rozvoj infrastruktury, a zvýšení životní úrovně obyvatelstva. Účastníci cestovního ruchu mají možnost poznávat nové destinace, krajiny, přírodní i kulturní atraktivity, historické památky, zvyky i tradice a v neposlední řadě mohou rozšiřovat své povědomí a znalosti o okolním světě. V dnešní době se tak cestování stává i určitou formou životního stylu, především díky lepší dostupnosti, internetu a novým technologiím. I přes veškeré zmíněné klady má odvětví cestovního ruchu i své odvrácené, negativní stránky. Jedná se o neustále rostoucí tlak turistů zejména na vysoce atraktivní místa, který může vést ke znečištění a v krajním případě až k destrukci těchto lokalit. Je proto velice žádoucí zabezpečit udržitelný rozvoj cestovního ruchu, který vede k naplnění jak současných, tak budoucích potřeb účastníků cestovního ruchu a k zachování přírodních a kulturních památek i pro budoucí generace.

Komplexní odvětví turismu je ovlivněno mnoha faktory. Mezi ně se řadí například politická situace jednotlivých zemí, přírodní katastrofy nebo epidemie a pandemie nemocí, které v současnosti postihly celý svět. Odvětví cestovního ruchu je od roku 2020 těžce zasaženo celosvětovou pandemií Covid-19 a s ní spojenou ekonomickou krizí. V rámci zamezení šíření této nákazy byly zavedeny restriktce a nařízení, které se týkaly omezení či zákazu cestování, uzavření hranic a některých turistických destinací a taktéž zrušení velkých kulturních i sportovních akcí. Pandemie tak značně přerušila podnikatelské činnosti týkající se cestovního ruchu a striktně omezila populaci v cestování do jiných zemí. Co se týče České republiky, příjezdový cestovní ruch poklesl o 73 % oproti době před pandemií. Dostupné informace a prognózy předpokládají, že poptávka po cestovním ruchu by se měla vrátit na podobnou úroveň jako před pandemií po roce 2022.

V ekonomice České republiky má cestovní ruch své důležité a významné postavení. I přes to, že se Česká republika řadí k menším státům, je oblíbenou a vyhledávanou destinací i proto, že je umístěna v srdci Evropy. Účastníkům cestovního ruchu nabízí dlouhou a bohatou historii, přírodní atraktivitu, kulturní a historické památky, přičemž některé z nich jsou dokonce umístěny na Seznamu světového dědictví UNESCO, města s lázeňskou tradicí a lokality vhodné pro zimní i letní rekreaci. Je vyhledávaným cílem turistů i díky své relativní bezpečnosti. Mezi nejnavštěvovanější místa se řadí samozřejmě hlavní město Praha, lázeňské město Karlovy Vary, malebný Český Krumlov nebo nejvyšší pohoří Krkonoše. Jednotlivé kraje a regiony České republiky se liší nabídkou atraktivit cestovního ruchu a snaží se tak uspokojit velice různorodou poptávku jak domácích, tak zahraničních účastníků turismu. Míra návštěvnosti a popularita jednotlivých oblastí je však rozdílná i přes to, že se jedná o poměrně malý stát uprostřed Evropy.

Turistické středisko Harrachov se nachází v oblasti západních Krkonoš. Je významné především z hlediska svého horského charakteru, kdy je ideální lokalitou pro zimní i letní rekreaci a turistiku. Primární postavení zde však mají zimní sjezdové sporty, které lákají domácí turisty, ale i turisty ze zahraničí, zejména ze sousedního Polska nebo Německa. Za ikonickou přírodní atraktivitu Harrachova je považován Mumlavský vodopád, ale nachází se zde i několik muzeí či proslulá harrachovská sklárna. Rekreační potenciál a široké možnosti sportovního vyžití ve středisku Harrachov pravidelně přitahují mnoho turistů v průběhu celého roku, avšak za hlavní sezónu je zde považováno zimní a poté letní období.

2 Cíl práce a metodika

V této kapitole je vymezen cíl diplomové práce a popsána použitá metodika jejího zpracování.

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je provést celkové zhodnocení potenciálu cestovního ruchu vybrané destinace v kontextu udržitelného rozvoje. Přínosem diplomové práce bude zpracování doporučení pro případné zlepšení stávajícího stavu v oblasti udržitelnosti turismu.

Pro naplnění výše zmíněného cíle jsou v rámci diplomové práce zpracována teoretická východiska problematiky cestovního ruchu. Také je provedena charakteristika vybrané destinace a posléze je vyhodnocen její potenciál na základě zvolené metodiky. Dále je realizováno dotazníkové šetření s následným zpracováním, vyhodnocením a interpretací získaných dat. V rámci diplomové práce jsou taktéž provedeny výpočty ukazatelů cestovního ruchu aplikované na danou destinaci. Na závěr práce je uskutečněno zhodnocení výsledků, diskuse a poté jsou navrhována doporučení vedoucí ke zlepšení stávajícího stavu v rámci udržitelného rozvoje cestovního ruchu ve zvolené destinaci.

2.2 Metodika

Teoretická východiska diplomové práce jsou zpracována na základě studia odborné literatury, vědeckých článků a aktuálních internetových zdrojů, pojednávajících o daném tématu. V teoretické části je využita metoda zkoumání dokumentů prostřednictvím komparace a syntézy informací. Vlastní část diplomové práce je založena na pozorování a na metodických podkladech, které jsou vypracované v teoretické části práce. Dále je charakterizována zvolená destinace, přičemž je následně provedeno zhodnocení jejího potenciálu pro cestovní ruch prostřednictvím metodiky Bíny (2002). Ve vlastní části práce je také realizováno dotazníkové šetření a zjišťována zatíženost sledovaného území pomocí ukazatelů intenzity cestovního ruchu. Výstupní data jednotlivých částí vlastní práce jsou posléze vyhodnocena, interpretována, diskutována a na jejich základě jsou na samotný závěr práce uvedena doporučení. Tato doporučení se týkají případného zlepšení stávajícího stavu v oblasti udržitelnosti turismu ve zkoumané destinaci.

Zkoumání dokumentů

Zkoumání dokumentů je metoda, kterou lze řadit do kvalitativního i kvantitativního výzkumu. Veškeré dokumenty reprezentují podklady určené k dalšímu zpracování a patří mezi ně například knihy, články, autorské deníky, záznamy jednání a projevů, elektronická periodika, tedy v podstatě vše, co vychází z lidské činnosti. Vzhledem k existenci velkého množství dokumentů je potřeba jejich pečlivého třídění, kde však hraje roli i subjektivita osoby, která dané dokumenty dále zpracovává. Toto zpracování nabývá několika fází od přesného definování otázky, přes definování a posouzení dokumentů až po jejich interpretaci. Primárně se dokumenty hodnotí dle typu, vnějších i vnitřních znaků a dle jejich dostupnosti a původu (Hendl, 2005).

Po výběru dokumentů je následně provedena analýza, syntéza a komparace získaných dat a informací. Analýza představuje metodu, kdy dochází k rozdělení zkoumaného na jednotlivé, dílčí části, a to za účelem dalšího, důkladného zkoumání. Naopak syntéza představuje poskládání jednotlivých, dílčích částí dohromady a také určení principů a pravidel, kterými se tento nový celek řídí. Komparace pak opět reprezentuje kvalitativní i kvantitativní metodu výzkumu. U kvalitativního výzkumu jde o hledání rozdílů mezi zkoumanými předměty. Kvantitativní komparace je orientována na porovnávání číselných hodnot. Výsledkem komparace je nalezení shody nebo případného rozdílu, což následně vede ke stanovení relevantních informací (Ochrana, 2019).

Pomocí metody zkoumání dokumentů je zpracována část týkající se teoretických východisek, a to prostřednictvím analýzy, syntézy a komparace získaných dat a informací. Dále je využita v kapitole týkající se charakteristiky zkoumané destinace a v rámci charakteristiky lokalizačních kritérií hodnocení potenciálu cestovního ruchu dané destinace.

Pozorování

Pozorování patří k metodám kvalitativního výzkumu, která pomáhá získávat informace o skutečném dění okolo nás. Pozorovatel je zaměřen na zkoumání těchto reálných skutečností promyšleně. Za vhodný přístup je považováno využívat všechny lidské smysly, vjemy vizuální i pocitové. Pozorování nabývá několika různých variant – skryté či otevřené (zda pozorovatel informoval účastníky průzkumu), zúčastněné či nezúčastněné (jak velkou měrou se pozorovatel účastní průzkumu, dění), strukturované či nestrukturované (je nebo není předem řečeno, jak bude průzkum probíhat) (Hendl, 2005).

V rámci této diplomové práce bylo využito nezúčastněné, strukturované a otevřené pozorování při návštěvách zkoumané destinace, kde byl hodnocen potenciál cestovního ruchu.

Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření se řadí k velice využívaným způsobům sběru primárních dat, které jsou určené k následnému vyhodnocení. Dotazník může mít podobu elektronického i papírového formuláře a vždy disponuje sérií otázek různého typu. Měl by zajišťovat anonymitu odpovědí respondentů a struktura by měla být zcela logická. Účastník dotazníkového šetření by tedy měl mít pocit, že logice daného dotazníku rozumí a jeho struktura by mu měla napomáhat v intuitivním, plynulém vyplňování jednotlivých odpovědí. Tento typ šetření může být součástí jak kvalitativního, tak kvantitativního výzkumu. Výzkum kvalitativní se zabývá příčinami a odpovídá na otázky "proč?". U kvantitativního výzkumu se jedná o definování a variabilitu proměnných a velice důležitý je zde počet respondentů (Hendl, 2005).

Jak již bylo částečně řečeno, důležitým aspektem dotazníku je logická struktura, pořadí a skladba otázek, ale i distribuce a interpretace získaných dat. V této diplomové práci se jedná o kvantitativní výzkum, a proto je důležité a potřebné získat dostatečné množství respondentů. Otázky by na sebe měly navazovat a následně tak tvořit logicky uspořádaný celek. Dále by dotazník neměl být příliš komplikovaný a dlouhý, aby ho dokončil co nejvyšší počet respondentů. Dalším důležitým aspektem je však i vzhled a celkový dojem, kterým dotazník působí a vhodný název i úvod, který má za úkol obeznámit účastníky šetření s daným tématem (Kozel a kol., 2011).

Pro potřeby vlastní části diplomové práce je aplikován dotazník převážně s uzavřenými otázkami selektivního typu, u kterých je k dispozici výběr z více variant odpovědí. Dotazník dále disponuje otázkami polouzavřenými, kde respondenti dostávají možnost vepsat i svou vlastní odpověď. V dotazníkovém šetření je také využito větvení dotazníku, což umožňuje zacházet se zkušenostmi či znalostmi konkrétního respondenta. Například v případě nezájmu o navštívení dané destinace nebo v případě neznalosti problematiky je respondent automaticky přeměřován na konec dotazníku k sociodemografickým otázkám. Samotný dotazník je k dispozici v příloze č. 1 a je podrobně zpracován ve vlastní části práce. Výsledky a výstupy dotazníkového šetření společně se získaným potenciálem destinace jsou základem pro diskuzi a doporučení.

Ukazatele intenzity cestovního ruchu

Významnou složku vlastní části diplomové práce představují výpočty ukazatelů intenzity cestovního ruchu. Tyto indexy zachycují vztah mezi cestovním ruchem a zkoumanou destinací. V podstatě tedy vypovídají o zatíženosti dané destinace turismem. Pro zkoumanou destinaci – středisko Harrachov, byly nalezeny a zpracovány konkrétní data ve vlastní části práce.

- Defertova turistická funkce (angl. Defert tourist function rate – TF)

Tato funkce vyjadřuje počet potenciálních návštěvníků destinace a uvádí, kolik lůžek hromadných ubytovacích zařízení vychází na 100 obyvatel dané lokality. Funkce tedy ukazuje, jaké množství lůžek v dané destinaci náleží na 100 obyvatel této oblasti, čímž ukazuje intenzitu turistické činnosti (Zelenka a Pásková, 2012). Vzorec výpočtu:

$$TF = \frac{\text{počet stálých lůžek v ubytovacích zařízeních}}{\text{počet rezidentů}} * 100$$

- Míra hustoty výskytu turistů (angl. Tourist density ratio – TDR)

Ukazatel vyjadřující poměr mezi počtem dní strávených turistou v dané destinaci a celkovou plochou destinace. Výsledkem tohoto ukazatele je množství návštěvníků nacházejících se v dané destinaci na 1 km² (Zelenka a Pásková, 2012). Vzorec výpočtu:

$$TDR = \frac{\text{průměrná délka pobytu turistů} * \text{počet turistů}}{\text{celková plocha destinace} * \text{počet dní v roce}}$$

- Míra turistické penetrace (angl. Tourist penetration rate – TPR)

Dle Zelenky a Páskové (2012) se jedná o poměr mezi počtem dní (přenocování) strávených turistou v oblasti za rok a počtem dní strávených v téže oblasti rezidenty. Tento ukazatel udává průměrné množství turistů nacházejících se v destinaci na 100 obyvatel sledované destinace. Vzorec výpočtu:

$$TPR = \frac{\text{průměrná délka pobytu turistů} * \text{počet turistů}}{\text{počet rezidentů} * \text{počet dní v roce}} * 100$$

- Míra turistické intenzity (angl. Tourist intensity rate – TIR)

Ukazatel míry turistické intenzity vyjadřuje podíl návštěvníků a rezidentů oblasti. Ukazuje tedy množství turistů, kteří se v destinaci nachází na 100 rezidentů za rok (Zelenka a Pásková, 2012). Vzorec výpočtu:

$$TIR = \frac{\text{počet turistů}}{\text{počet rezidentů}} * 100$$

- Index turistického zatížení území (angl. Impact of tourism activities on the locality – TL)

Ukazatel vyjadřuje, jaká je kapacita ubytovacích zařízení v dané oblasti na 1 km² (Zelenka a Pásková, 2012). Vzorec výpočtu:

$$TL = \frac{\text{počet stálých lůžek v ubytovacích zařízeních}}{\text{celková rozloha destinace}}$$

3 Teoretická východiska

V teoretické části práce je vymezena a vysvětlena odborná terminologie a rozdělení související s problematikou cestovního ruchu. V této kapitole je tedy přehledně zpracován teoretický rámec řešené problematiky, který bude následně využit pro zpracování vlastní části diplomové práce.

3.1 Cestovní ruch

Zelenka a Pásková (2012, s. 83) popisují cestovní ruch jako „*komplexní společenský jev, zahrnující aktivity osob cestujících mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem zábavy, rekreace, vzdělávání, pracovní či jiným účelem.*“

Turismus označují Zelenka a Pásková (2012, s. 578) jako „*alternativní termín pro cestovních ruch.*“ Zmiňují, že bývá často spojován do označení s aktivitami v rámci cestovního ruchu, například agroturismus, ekoagroturismus, či mototurismus.

Hesková (2006, s. 9) vymezuje cestovní ruch jako významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplnění vlastních snů z příjemné dovolené. Zároveň je součástí spotřeby a způsobu života lidské populace zejména v ekonomicky vyspělých státech.

Dle autorek Palatkové a Zichové (2014) je cestovní ruch chápán jako forma uspokojování potřeb rekreace, kultury a léčení. Tvrdí, že zpravidla se realizuje ve volném čase a mimo místo obvyklého bydliště. Dále uvádějí, že člověk nepocítuje přímo potřebu cestovního ruchu, ale konkrétní potřeby, a to například potřebu poznávání, odpočinku, sportu, kultury, které je možné uspokojit právě účastí na cestovním ruchu.

Oficiální definice cestovního ruchu byla formulována na konferenci Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) v Ottawě roku 1991. Tato organizace definuje cestovní ruch jako činnost, při které osoba na dočasnou dobu cestuje do místa, které se nachází mimo její bydliště, rovněž na kratší dobu než šest měsíců u domácího cestovního ruchu. U mezinárodního cestovního ruchu na dobu kratší než je jeden rok. Zároveň je hlavní účel cesty jiný, než výdělečná činnost v navštíveném místě. Dle výše uvedeného nelze za cestovní ruch považovat migrace dlouhodobého charakteru, pravidelně opakující se zahraniční cesty a také přechodné přestěhování se za prací (Hesková a kol., 2011).

Jakubíková (2012, s. 18) tvrdí, že „*za cestovní ruch je označován pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálena od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce.*“ Dále autorka uvádí, že za předpokladu, že se cestovní ruch vhodně rozvíjí, může být zdrojem příjmů pro obec, dále zdrojem vytváření nových pracovních příležitostí či možností k revitalizaci a zvelebování obcí a měst. Cestovní ruch je také nástrojem zvyšování životní úrovně a poskytovatelem ekonomických a sociálních příležitostí všech subjektů, které věnují pozornost tomu, aby jej využily ve svůj prospěch.

Goeldner a Ritchie (2014) definují cestovní ruch jako komplexní společenský jev, souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, služeb, společenských a hospodářských odvětví, která poskytují a zabezpečují cestovní zážitky, mezi které patří přeprava, stravování, ubytování, zábava, nakupování a další služby určené pro turisty.

Halkier a kol. (2015) uvádějí, že cestovní ruch je hlavní součástí strategií regionálního rozvoje v mnoha lokalitách střední Evropy, a to nejen v přímořských a horských oblastech, které jsou pro potenciální účastníky cestovního ruchu velmi atraktivní, ale i v lokalitách, které jsou pro návštěvníky méně atraktivní.

Počátek vývoje turismu je spojován s rozvojem dopravy na přelomu 18. a 19. století a také s průmyslovou revolucí. Právě v této době se začaly uskutečňovat první organizované cesty, které položily primární stavební pilíře cestovního ruchu (Beránek a kol., 2013). Z počátku zkoumání turismu jako teoretické disciplíny pochází definice od švýcarských autorů Hunziker a Krapfa z roku 1942, kteří uvádějí že „*cestovní ruch představuje soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, přičemž cílem pobytu není trvalé usídlení nebo výkon činnosti.*“ (Hunziker a Krapf, 1942, in Kotíková a Schwartzhoffová, 2017).

Page (2015) upozorňuje i na mezinárodní ekonomický význam tohoto fenoménu. Autor v podstatě tvrdí, že cestovní ruch je zcela dobrovolnou aktivitou, jelikož lidé nejsou k jeho provozování nuceni či vyzýváni a nepředstavuje základní životní potřebu. I přesto má cestovní ruch dlouhodobě rostoucí ekonomický význam vzhledem ke globálnímu měřítku. Dále dodává, že velké množství zemí považuje cestovní ruch za kvalitní příležitost ke zvyšování zaměstnanosti a jeho tempo růstu převyšuje i celkovou míru hospodářského růstu.

Vzhledem k výše uvedeným definicím lze říci, že turismus je poměrně složitý socio-ekonomický fenomén, který je součástí mnoha oblastí, jako je například ekonomie, ekologie,

geografie, psychologie či sociologie (Palatková a Zichová, 2014). Tento fenomén sice sám o sobě není determinantem rozvoje ekonomiky, avšak ve vazbě s jinými prvky podmiňuje rychlost jejího rozvoje. Z mezinárodního hlediska je potvrzeno, že cestovní ruch je jednou z nejsilnějších ekonomických aktivit (Hesková, 2006).

Podmínky, jež musí být splněny pro vznik turismu, jsou dle autorek Palatkové a Zichové (2011):

- svoboda pohybu,
- volné disponibilní prostředky,
- fond volného času,
- potenciál turismu a jemu odpovídající infrastruktura a suprastruktura.

Dle Jakubíkové (2012) jsou další podmínky vzniku:

- potřeba obnovit spojení s přírodou s cílem reprodukovat pracovní sílu,
- růst vzdělání jako realizace potřeby poznání,
- obnovování a navazování styku s lidmi.

3.1.1 Vývoj cestovního ruchu

Zrod cestovního ruchu sahá až na samé počátky naší civilizace, a je tak spjat s velmi dlouhou historií. Už v dávné minulosti bylo uskutečňováno velké množství výprav, především z obchodních, náboženských či poznávacích důvodů, přičemž tímto způsobem cestovali například Řekové, Peršané a Egypťané. Za nejvýznamnějšího historického cestovatele je považován benátský kupec Marco Polo, který své cesty podnikal na přelomu 13. a 14. století.

Největší rozmach zažíval cestovní ruch v druhé polovině 19. století. Tento rozsáhlý rozvoj nastal především v souvislosti s průmyslovou revolucí, filosofií osvícenství a také s formováním moderních národů (Štemberk, 2012). Za zakladatele novodobého cestovního ruchu je považován Thomas Cook, který jako první začal pořádat organizované cesty vlakem na venkov a roku 1841 založil historicky první cestovní kancelář (Palatková a Zichová, 2014).

Ve 20. století je do cestovního ruchu zainteresován čím dál tím větší počet obyvatelstva. V této době se turismus rozvíjí i díky svobodě pohybu a většímu množství volného času. Po druhé světové válce se postupně zlepšovala i finanční situace, byla nadále rozvíjena letecká doprava a s ní spojené možnosti navštívení vzdálených destinací za relativně krátký čas. Veškeré tyto aspekty tudíž silně napomohly k progresivnímu rozvoji

cestovního ruchu a ve vysoké míře se zvýšil zájem o pobyty v přímořských destinacích, na horách i o lázeňské pobyty (Hesková, 2011).

Tabulka 1: Vývoj cestovního ruchu

Epocha	Období	Převládající druh dopravy	Hlavní motivace cestování	Účastníci
Předfáze	Do roku 1850	Silniční, lodní (nemotorová), pěší	Poutní cesty, objevitelské cesty, obchod, poznávání	Šlechta, církev, obchodníci
Počáteční fáze	1850-1914	Železniční, lodní (parní), pěší, silniční (nemotorová)	Lázeňství, obchod, poznávání, turistika (hory)	Církev, buržoazie, nejbohatší zaměstnanci
Rozvojová fáze	1914-1945	Železniční, silniční (motorová), letecká (vrtulová)	Rekreace (moře, venkov), obchod, poznávání	Buržoazie, pracující s vyšší životní úrovní
Vrcholová fáze	Po roce 1945	Silniční (dálnice), letecká (trysková, charterová, lowcostová)	Rekreace, poznávání, obchod, péče o zdraví, dobrodružství	Všechny vrstvy obyvatelstva

Zdroj: Vlastní zpracování dle Heskové, 2011

3.1.2 Vývoj cestovního ruchu v České republice

V roce 1918, kdy vznikla samostatná Československá republika docházelo k rozvoji jak domácího, tak zahraničního cestovního ruchu. Na základě tohoto rozvoje byla následně o dva roky později založena cestovní kancelář Čedok, která se v meziválečném období řadila k největším a nejvýznamnějším cestovním kancelářím v celé Evropě. Dle Indrové a kol. (2008) byla ve dvacátých letech 20. stol. zaznamenána zcela nová forma cestovního ruchu, tedy tramping. Dále uvádí, že v období první republiky byly hlavními středisky cestovního ruchu v České republice především Praha, horské oblasti Krkonoš a Tater či lázeňská města.

- **Poválečné období**

Konec druhé světové války zapříčinil dle Palatkové a Zichové (2014) změny v celkovém uspořádání světa, kdy právě v tomto období se svět rozdělil na dva zcela odlišné politické a ekonomické systémy. V tehdejší Československu došlo v roce 1948 k nástupu

socialismu, což znamenalo znárodnění materiálně technické základny služeb cestovního ruchu a jeho následný vývoj byl poté determinován centrálním plánováním. Indrová a kol. (2008) tvrdí, že až 95 % veškerých cest bylo organizováno výhradně do zemí tzv. východního bloku a na celém území státu existovaly pouze tři české, tři slovenské a tři celostátní cestovní kanceláře. Palatková a Zichová (2014) dále uvádějí, že po založení Revolučního odborového hnutí (ROH) v roce 1946, byly zajišťovány výběrové rekreace, podnikové rekreace a rekreace dětí a mládeže.

Konec 60. let 20. století s sebou přinesl významné změny v podobě zkrácení pracovního týdne a značného rozvoje automobilismu, přičemž tyto změny napomohly k nárůstu počtu účastníků cestovního ruchu. Již na samém počátku 70. let 20. století cestovali účastníci cestovního ruchu častěji a na kratší dobu (Štemberk, 2012). V této době vzkvétal v tehdejší Československu fenomén chataření, chalupaření či stanování, ale i přes ztíženou politickou situaci, která zde panovala, se objevil zcela nový trend v podobě autokarových zájezdů do Jugoslávie (Indrová a kol., 2008).

- **Po roce 1989**

Po roce 1989 se podmínky cestování velmi výrazně zlepšily, a to především z důvodu uvolnění hranic a svobody podnikání. Jelikož již nebylo ze strany státu přísně regulováno cestování do nesocialistických zemí, došlo k masivnímu nárůstu poptávky po zájezdech do zahraničních destinací (Hesková, 2011). Autorka také tvrdí, že i Česká republika se na celosvětovém trhu cestovního ruchu stala vyhledávaným a atraktivním cílem. Uvádí, že pro většinu zahraničních turistů doposud představovala nepoznanou destinaci, která však své služby nabízela za přijatelné ceny, a právě z těchto důvodů se stala velmi oblíbenou.

Na přelomu tisíciletí se výrazně zvyšuje celková propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu. Roste kvalita poskytovaných služeb, ale dochází i k navýšení ubytovacích kapacit a ke zlepšení komunikace mezi jednotlivými subjekty podnikajícími v cestovním ruchu (Foret a Foretová, 2001). Autoři dále uvádějí, že v tomto období dochází ke zvýšení zájmu zahraničních společností o spolupráci či ke vzniku pokrokových forem cestovního ruchu, jako jsou například wellness zájezdy nebo golfový turismus. Dle autorů taktéž roste zájem klientů o luxusní služby a vzhledem k lepší se finanční situaci obyvatelstva jsou ochotni utracet více peněz i v odvětví cestovního ruchu.

Cestovní ruch byl jak v České republice, tak po celém světě do roku 2020 dlouhodobě na vzestupu a zažíval čím dál tím větší rozkvět. V důsledku pandemie nemoci Covid-19 a ekonomické krize v roce 2020 klesl mezinárodní cestovní ruch proti roku 2019 o 70 %.

Dle předpokladů se však jedná pouze o dočasné snížení, které je způsobeno již zmiňovanou pandemií a v roce 2022 až 2023 se predikuje návrat rostoucího trendu cestovního ruchu (UNWTO.org, 2020).

3.2 Typologie cestovního ruchu

Typologie cestovního ruchu se zabývá jeho selektováním do specifických skupin převážně dle znaků podobnosti. Věnuje se především jednotlivým druhům a formám tohoto fenoménu. Existuje velké množství autorů, jenž se touto konkrétní problematikou zabývá, avšak jejich názory a pohledy se ne vždy zcela shodují. Společná shoda nastává v pojmech druhy a formy, nicméně se lze velmi často setkat s rozličnými vymezeními, kdy jsou tato dělení vzájemně zaměňována.

Kotíková (2013) dokonce tvrdí, že v zahraniční literatuře se typologie cestovního ruchu téměř nevyskytuje.

Základní dělení cestovního ruchu v souladu se Světovou organizací cestovního ruchu (UNWTO) spočívá v klasifikaci dle geografického hlediska na domácí a zahraniční cestovní ruch a dále na příjezdový a výjezdový cestovní ruch (Kotíková, 2013, s. 21-22). Dle autorky se domácím cestovním ruchem rozumí cestování, pohyb a pobyt cestujících na území jednoho státu, přičemž nedochází k překročení státních hranic. Dále uvádí, že zahraniční (mezinárodní) cestovní ruch naopak představuje pohyb a pobyt osob daného státu na území jiného státu, kdy již dochází k překročení státní hranice. Zahraniční, tedy mezinárodní cestovní ruch se dále dělí na příjezdový (incoming), kdy zahraniční návštěvníci cestují do dané země a výjezdový (outgoing), kdy občané dané země vycestují do zahraničí.

Kromě základního dělení, které je popsáno výše, rozdělila Světová organizace cestovního ruchu tento fenomén ještě na vnitřní a národní, kdy do vnitřního řadí domácí a příjezdový cestovní ruch, což tedy zaznamenává cestovní ruch na území daného státu. Naopak národní cestovní ruch zaznamenává pohyb obyvatelstva státu, přičemž je sem zahrnován domácí a výjezdový cestovní ruch (Beránek, 2013).

Obrázek 1: Členění cestovního ruchu



Zdroj: Kotíková, 2013, s. 21-22

3.2.1 Druhy cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu jsou selektovány dle několika hledisek. Například se jedná o geografické hledisko, počet a věk návštěvníků, délku účasti, sociologické hledisko či použitý dopravní prostředek (Linderová, 2013). Autorka dále tvrdí, že toto členění záleží vždy na konkrétním kritériu.

1. Podle místa realizace

- Domácí cestovní ruch – souhrn aktivit rezidentů v rámci domovské země (nedochází k překročení státních hranic),
- Zahraniční cestovní ruch – je rozdělen na příjezdový (incoming) a výjezdový (outgoing). Do zahraničního cestovního ruchu dále spadá i cestovní ruch tranzitní.
 - Incoming – aktivity, jež jsou spojené s příjezdem občanů ze zahraničí do dané země,
 - Outgoing – aktivity, jež jsou spojené s výjezdem občanů domácí země do zahraničí,
 - Tranzitní cestovní ruch – souhrn aktivit spojených s občany ze zahraničí projíždějících danou zemi,
- Vnitrostátní cestovní ruch – jedná se o cestovní ruch konkrétního státu, tedy o domácí cestovní ruch a incoming,

- Národní cestovní ruch – jedná se o cestovní ruch konkrétního národu, tedy o domácí cestovní ruch a outgoing,
- Světový cestovní ruch – zahrnuje naprosto veškerý cestovní ruch, který je spojený s překročením státních hranic (Beránek a kol., 2013).

2. Podle vztahu k platební bilanci

- Aktivní cestovní ruch – jedná se o příjezdový cestovní ruch (incoming), který aktivně ovlivňuje saldo platební bilance,
- Pasivní cestovní ruch – jedná se o výjezdový cestovní ruch (outgoing), který pasivně ovlivňuje saldo platební bilance (Kotíková, 2013).

3. Podle způsobu financování a podmínek účasti

- Volný (komerční) – je uskutečňován v komerčních zařízeních cestovního ruchu, umožňuje cestování osob bez formálních požadavků a je hrazen účastníkem,
- Vázaný (sociální) – účast je podmíněná splněním určité podmínky (například doporučení od lékaře, členství v organizaci apod.). Je hrazen z části klientem a z části z jiných prostředků (například nemocenské pojištění, fond kulturních a sociálních potřeb apod.) (Palatková a Zichová, 2014),
- Cestovní ruch mimo veřejné formy – jedná se o cestovní ruch ve vlastních ubytovacích zařízeních, například chaty, chalupy a dále o návštěvy příbuzných (Kotíková, 2013).

4. Podle způsobu zabezpečení cesty

- Organizovaný cestovní ruch – cesta, pobyt či služba jsou zabezpečovány cestovní kanceláří nebo jiným zprostředkovatelem (například cestovní agenturou apod.), přičemž zajišťují účastníkům veškeré služby spojené s pobytem i cestou,
- Neorganizovaný cestovní ruch – pobyt i cestu si účastník zajišťuje sám, ale současně má možnost si jednotlivou službu zajistit pomocí zprostředkovatele (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

5. Podle počtu účastníků

- Individuální cestovní ruch – účastník cestovního ruchu cestuje sám či s rodinou,
- Kolektivní cestovní ruch – účastní se více lidí najednou a nabývá podoby masového, skupinového cestovního ruchu (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011). Autoři také uvádějí, že specifickým typem kolektivního cestovního ruchu je cestovní ruch klubový.

6. Podle délky pobytu

- Výletní cestovní ruch – v tomto případě se jedná o pobyt mimo místo bydliště, kdy účastník pobývá v daném místě v kratším čase než je jeden den, a to bez přenocování,
- Krátkodobý cestovní ruch – zpravidla se jedná o cesty s kratší dobou pobytu mimo trvalé bydliště účastníka. Zahrnuje tedy pobyty s dobou přenocování do tří dnů,
- Dlouhodobý cestovní ruch – zahrnuje cesty s delší dobou pobytu mimo trvalé bydliště účastníka. Účast je zde delší než tři dny a v rámci domácího cestovního ruchu nesmí přesáhnout dobu šesti po sobě jdoucích měsíců. V rámci zahraničního cestovního ruchu poté nesmí přesáhnout jeden rok (Hesková, 2011).

7. Podle převažujícího místa pobytu

- Městský turismus – většinou se jedná o kratší pobyty a mezi hlavní cíle se řadí zážitky z návštěv kulturních, historických či společensky atraktivních měst. Do městského turismu se také řadí návštěvy zajímavých památek. Jedná se například o kulturně-poznávací turismus, gurmánský turismus apod.,
- Venkovský turismus – většinou je realizován na venkově a je charakteristický blízkým kontaktem s přírodou. Venkovský turismus se vyznačuje touhou po poznání venkovského života a vyhnutím se masovému cestovnímu ruchu. Spadají sem aktivity jako cykloturistika, pěší turistika nebo péče o domácí zvířata a nabývá různých forem, například chataření, chalupaření, agroturismus, ekoagroturismus aj.,
- Cestovní ruch v komplexních střediscích – odehrává se ve speciálně vybudovaných resortech, které jsou primárně určeny k turismu. Jedná se o komplexně vybavená střediska a účastníci zde mohou najít veškeré potřebné služby (například přímořská střediska, horská střediska, sportovní resorty, zábavní resorty apod.) (Palatková a Zichová, 2014).

8. Podle dopadu na životní prostředí

- Měkký cestovní ruch – je velice šetrný k životnímu prostředí a své snahy soustředí na minimalizaci dopadů cestovního ruchu na prostředí destinace. Účastníci tohoto druhu cestovního ruchu využívají místní zdroje, a to tak, aby nedocházelo k narušení či poškození životního prostředí v destinaci. Jedná se například o venkovský cestovní ruch, geoturismus, geocaching atd. a je též nazýván jako alternativní, udržitelný, šetrný či odpovědný cestovní ruch,

- Tvrký cestovní ruch – především je zaměřen na zisk a nebere ohledy na přírodní ani kulturní prostředí destinace. Snaží se maximálně využívat všechny zdroje a velmi často způsobuje změny v navštívené oblasti. V tomto případě se již jedná o masový cestovní ruch. Zejména sem patří pobytové zájezdy v hotelových komplexech či poznávací zájezdy (Pásková a Zelenka, 2018).

9. Podle ročního období

- Sezónní cestovní ruch – probíhá v hlavní sezóně, ať už se jedná o letní či zimní. Vyznačuje se vysokou koncentrací návštěvnosti místa, maximální nabídkou služeb, ale i nejvyššími cenami,
- Mimosezónní cestovní ruch – jedná se o cestovní ruch, který v tomto případě probíhá mimo hlavní sezónu. Jedná se o období s nižší návštěvností, kdy klesají jak ceny, tak počet nabízených služeb (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

10. Podle věku účastníků

- Cestovní ruch dětí – zahrnuje zejména pobyty v podobě táborů, školních výletů, škol v přírodě a soustředění sportovních klubů. Tyto pobyty jsou určeny pro děti do 15 let, kteří jsou vždy pod dozorem dospělých osob, avšak bez účasti rodičů,
- Cestovní ruch mládeže – účastníci se pohybují ve věku od 16 do 21 let a cestují samostatně za předpokladu, že ještě nemají vlastní rodinu,
- Cestovní ruch rodin s dětmi – jedná se o individuálně cestující rodiny s dětmi, přičemž struktura veškerých služeb je do značné míry přizpůsobena potřebám dětí. Je velice podobný turismu dětí, ale liší se právě tím, že dítě cestuje s vlastní rodinou,
- Cestovní ruch osob v produktivním věku – účastníci cestují bez svých již odrostlých dětí a vyznačují se relativním dostatkem volného času a disponibilními finančními prostředky. Tato skupina účastníků cestovního ruchu je ze všech nejméně homogenní,
- Cestovní ruch seniorů – zahrnuje účastníky v postproduktivním věku, tedy osoby, kteří již odešli do penze. Tato skupina je ve vyspělých státech světa aktuálně brána jako perspektivní rostoucí segment (Palatková a Zichová, 2014).

11. Podle dynamiky cestovního ruchu

- Pobytový (statický) cestovní ruch – pobyt je spojen s cílovou destinací, ve které se odehrává,

- Putovní (dynamický) cestovní ruch – nabývá podoby hvězdicovitého nebo etapového typu. Hvězdicovité putování je charakteristické pobytem na jednom určitém místě, ze kterého jsou následně plánovány dílčí výlety ať do blízkého, či vzdáleného okolí. Etapové putování se vyznačuje každý den měnícím se místem pobytu, kdy jsou většinou plánovány delší vzdálenosti (Šauer a kol., 2015).

3.2.2 Formy cestovního ruchu

Hlavním kritériem, které se podílí na určení jednotlivých forem cestovního ruchu je dle autorů Zelenky a Páskové (2012) motivace návštěvníka. Dle autorů se formy cestovního ruchu dále dělí na základní, kdy jsou účastí na cestovním ruchu uspokojovány potřeby většiny účastníků a na specifické formy, kdy jsou účastí uspokojovány potřeby pouze určité skupiny účastníků.

1. Základní formy cestovního ruchu

- Rekreační cestovní ruch – jedná se o primární, nejvyužívanější a nejširší formu cestovního ruchu, na které se lidé podílí. Cílem je především regenerace a obnova fyzických i psychických sil jedince. Jde jak o pasivní, tak aktivní odpočinek v příjemných podmínkách a vhodném prostředí (například lesy, hory, vody apod.). Zejména se jedná o aktivní pobyt v přírodě s realizací sportovně-rekreačních aktivit, pobyt na chalupě či chatě, nebo o provozování koníčků jako je houbaření a zahrádkaření. Ve většině případech má tato forma cestovního ruchu podobu individuální či rodinné dovolené, kterou si účastníci plánují i zařizují sami (Reeder a Brown, 2005).
- Kulturně poznávací cestovní ruch – cílem je především poznání historie, kultury, tradic, zvyků a náboženství. Nedílnou součástí je však i poznání způsobu života obyvatel žijících ve zvolené destinaci, a tím i v odlišných kulturních podmínkách. Tato forma cestovního ruchu plní vzdělávací a výchovně-poznávací funkci, proto se sem řadí návštěvy kulturně historických památek, muzeí, galerií, výstav či společenských akcí. Je zde kladen značný důraz na průvodcovské služby a kvalitní program (Šauer a kol., 2015).
- Sportovní cestovní ruch – jedná se o aktivní provozování sportovních aktivit (například pěší turistika, cykloturistika, lyžování, snowboarding, vodní aktivity apod.), ale i o pasivní účast na sportovních akcích (tzv. sportovní diváctví). Zaměřuje se na dlouhodobé i krátkodobé pobyty se sportovní náplní. Důraz je zde samozřejmě

kladen na sportovní materiálně technickou základnu. Do této formy cestovního ruchu taktéž spadá specifická sportovní aktivita, kterou je lovectví (Malcolm, 2008).

- Zdravotní cestovní ruch – především se jedná o zdravotní prevenci, léčbu, rehabilitaci, rekonvalescenci či pouze o relaxaci v lázních. Je tedy velmi úzce spojen s medicínou, lázeňstvím a wellness pobyty. Součástí jsou i aktivity, které se soustředí na posílení či obnovení fyzické i psychické kondice člověka. Pobyt v rámci zdravotního cestovního ruchu se velmi často uskutečňují na místech s výskytem přírodních léčebných zdrojů. Mezi trendy dnešní doby se řadí wellness s péčí o tělo a krásu (Šauer a kol., 2015).

2. Specifické formy cestovního ruchu

- Cestovní ruch se vzdělávacími motivy – hlavním účelem je jakákoliv forma sebevzdělání, kdy účastníci nabývají nových znalostí a dovedností. Jmenovitě se může jednat o návštěvy historických míst, výuku jazyků, hudby, tance či sportovních dovedností. Do této formy lze řadit i zájezdy do historických a archeologických míst s doprovodným odborným programem (Kotíková, 2013).
- Cestovní ruch se společenskými motivy – účelem je komunikace a sociální interakce mezi lidmi. Účastníci této formy cestovního ruchu navštěvují společenské akce a události nebo se účastní teambuildingu (Schmitz a Diaz, 2013).
- Cestovní ruch s dobrodružnými motivy – tato forma je úzce spojena s adrenalinem, v mnoha případech i s nebezpečím, a proto je soustředěna spíše na mladší generace. Účastníci si v rámci této formy cestovního ruchu testují své síly například při boji s přírodou. Řadí se sem tudíž různé extrémní, adrenalinové sporty, expedice či lovecké výpravy (Morgan a Pritchard, 2000).
- Venkovský cestovní ruch – jsou zde zahrnuty aktivity spojené s poznáváním přírody. V rámci venkovského cestovního ruchu účastníci navštěvují národní parky, přírodní rezervace, chráněné krajinné oblasti a pořádají výlety na venkov do přírody. Je kladen velký důraz na ekologickou a regenerační funkci (Pásková a Zelenka, 2018).
- Cestovní ruch s profesními motivy – jedná se o aktivity v rámci účasti na různých veletrzích, výstavách a firemních obchodních cestách. Dále se sem řadí také kongresový cestovní ruch či incentívni turistika (motivační cestovní ruch) (Hankinson, 2005).

3. Ostatní specifické formy cestovního ruchu

- Nákupní turismus – je charakteristický pro nákupy v sousedních státech, avšak zahrnuje i cesty do vzdálenějších destinací, kde se uskutečňuje i nákup lokálních produktů (Palatková a Zichová, 2014).
- Gastroturismus – účastníci jsou motivováni především požitkem z konzumace pokrmů a nápojů, poznáním nových chutí a receptů v cizích destinacích. V navštívených lokalitách ochutnávají různé gastronomické speciality, což je obvykle spojeno i s poznáváním místního života, kultury, tradic a zvyků. Nejedná se pouze o tradiční pokrmy, ale také například o místní výrobu vína, piva a speciálních lihovin (Zelenka a Pásková, 2012). Na území České republiky patří mezi významné akce v rámci gastronomického cestovního ruchu zvláště vinobraní, pивní slavnosti nebo zvěřinové hody (Ryglová, 2009).
- Náboženský turismus – je spojen s tradicemi světových náboženství a nejčastěji je uskutečňován formou poutí na poutní a posvátná místa. Také zahrnuje účast na náboženských obřadech či návštěvy církevních památek. Účastníci podstupují nejrůznější náboženské akty, procházejí posvátnými místy nebo se participují na modlitbách a meditacích. Mezi nejvýznamnější místa náboženského cestovního ruchu patří Mekka, Jeruzalém, Vatikán či Benáres v Indii (Hesková, 2006).
- Ekoturismus – jde o specifickou formu venkovského cestovního ruchu, kdy se dodržují podmínky zodpovědného cestování do přírodních oblastí (například do národních parků, chráněných krajinných oblastí apod.), které zachovává a nepoškozuje životní prostředí. Zároveň by však tato forma měla zvyšovat blahobyt místních obyvatel (ecotourism.org, 2015). Mezi nejčastější činnosti se řadí pěší turistika, cykloturistika a pozorování fauny a flóry. Je zde velice důležitá místní organizace, jako je například správné vyznačení stezek (Pásková a Zelenka, 2018).
- Agroturismus – jedná se o turistické a rekreační pobyty na venkově, konkrétně na rodinných farmách, kde účastníci poznávají alternativní způsob života v úzkém kontaktu s přírodou. Osobně se účastní zemědělských činností či výroby produktů. Zahrnuje i aktivní odpočinek (pěší turistiku, cykloturistiku, jízdu na koni apod.) a též chov hospodářských zvířat (Pásková a Zelenka, 2018).

- Ekoagroturismus – jde o propojení ekoturismu a agroturismu. Ekoagroturismus tedy představuje pobyt účastníků na ekologicky hospodařících farmách, které produkují bioprodukty. Tyto produkty jsou umístěny ve zdravotně příznivém prostředí a farmy nesmí využívat jakákoliv hnojiva či chemikálie. Farmy, jenž provozují tuto formu cestovního ruchu musí být vždy certifikované (Ryglová, 2007).
- Tematický cestovní ruch – představuje zájezdy do zábavních parků, jako je Disneyland v Paříži a v Kalifornii, Legoland v Dánsku nebo do filmových studií populárních filmů, kde jsou k nalezení různé rekvizity (studia Warner Bros v Londýně-Harry Potter atd.) (Šauer, Vystoupil a Holešinská, 2015).

3.3 Udržitelný cestovní ruch

Udržitelný cestovní ruch představuje v podstatě určitou filosofii a koncepční přístup týkající se rozvoje turismu. Tento koncept je založen na myšlence, že přírodní, kulturní i ostatní zdroje jsou limitované, a proto je potřeba s nimi zacházet šetrným a vhodným způsobem. Zdroje je nutno využívat tak, aby byla možná jejich obnova a udržení. Cílem udržitelného cestovního ruchu je přispívat k zachování biologické diverzity, k minimalizaci ekologických, kulturních i sociálních vlivů. Tento koncepční přístup se naopak snaží maximalizovat snahy o zachování životního prostředí a též místních komunit (Palatková a Zichová, 2014).

Udržitelný cestovní ruch zabezpečuje zajištění jak současných, tak budoucích potřeb účastníků cestovního ruchu a zachovává tedy přírodní a kulturní dědictví i pro další generace. Zároveň však pomáhá rozvoji území a vede k dlouhodobé prosperitě dané oblasti. Řeší současné i budoucí ekonomické, sociální a enviromentální dopady, přičemž dále zohledňuje i potřeby návštěvníků, životního prostředí, průmyslu a v neposlední řadě hostitelských komunit. Veškeré pokyny a postupy v rámci systematického řízení cestovního ruchu lze aplikovat na všechny formy a druhy turismu ve všech typech destinací. Existují tři pilíře, na které poukazují principy udržitelnosti – enviromentální, sociální a ekonomické aspekty (UNWTO, 2019).

Ekonomický pilíř zvyšuje prosperitu na všech stupních společnosti a udržuje efektivitu v ekonomických činnostech. Zároveň klade důraz na uskutečnitelnost těchto aktivit v dlouhodobém časovém horizontu. Mezi základní principy ekonomického pilíře patří šetrné využívání místních zdrojů, růst spotřeby lokálních produktů a zaměstnávání rezidentů v oblasti cestovního ruchu. Enviromentální pilíř klade důraz na optimální

hospodaření s omezenými nebo dokonce neobnovitelnými zdroji. Jeden z nejdůležitějších předpokladů udržitelného cestovního ruchu je zachování životního prostředí a biodiverzity, snižování znečištění ovzduší, vody a samozřejmě země. Pilíř sociální je zaměřen především na rezidenty. Zohledňuje specifčnost životního stylu rezidentů a respektuje odlišné kultury, které se velice často v rámci turismu prolínají a setkávají (UNWTO, 2019).

Pásková a Zelenka (2018) uvádějí, že udržitelný cestovní ruch výrazně nenarušuje přírodní, kulturní ani sociální prostředí dané destinace, a to ani z dlouhodobého hlediska. Je založen na systematickém plánování a realizaci, kdy stěžejním výsledkem je ochrana a zachování biodiverzity, životního prostředí a respektování životního stylu rezidentů ve všech jeho aspektech. Dle autorů objevuje udržitelný cestovní ruch jakousi shodu mezi různorodými zájmy v rámci využívání destinace. Prioritou je ochrana, zachování, ale zároveň i udržitelný rozvoj přírodních a kulturních hodnot území. Udržitelného rozvoje cestovního ruchu lze dosáhnout systematickým, strategickým plánováním a také zapojením mnoha aktérů cestovního ruchu. V současnosti již existují určité formy turismu, které myšlenku udržitelného cestovního ruchu naplňují, a to například ekoturismus, ekoagroturismus či venkovský cestovní ruch. Autoři však dále uvádějí, že udržitelný cestovní ruch by neměl být považován pouze za samostatnou složku, ale měl by být neodmyslitelnou součástí turismu po celém světě.

V České republice projednávají veškerá témata týkající se udržitelného cestovního ruchu Ministerstvo životního prostředí, Ministerstvo pro místní rozvoj, ale také Ministerstvo zemědělství, které řeší témata spojená s venkovskou turistikou a rozvojem venkova. Na principech udržitelného rozvoje cestovního ruchu pak byla založena tzv. Agenda 21 pro cestovní ruch. Tento stěžejní dokument v oblasti trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu byl ustanoven již v roce 1996 v rámci Světové konference Organizace spojených národů (v Rio de Janeiro). Hlavním cílem tohoto akčního plánu je pomoci vládám a ministerstvům, která jsou zodpovědná za rozhodování v rámci otázek cestovního ruchu, dosáhnout udržitelného rozvoje v dané oblasti (MMR ČR, 2017). Obdobným dokumentem je Místní Agenda 21, která představuje nástroj pro zavádění udržitelného rozvoje na místní a regionální úrovni. Místní Agenda 21 je v podstatě proces, který prostřednictvím zkvalitňování správy věcí veřejných, strategického plánování i řízení a zapojování veřejnosti, zvyšuje kvalitu života i životního prostředí ve všech aspektech (MŽP, 2018).

Světová organizace cestovního ruchu definovala celkem 12 principů udržitelného rozvoje turismu:

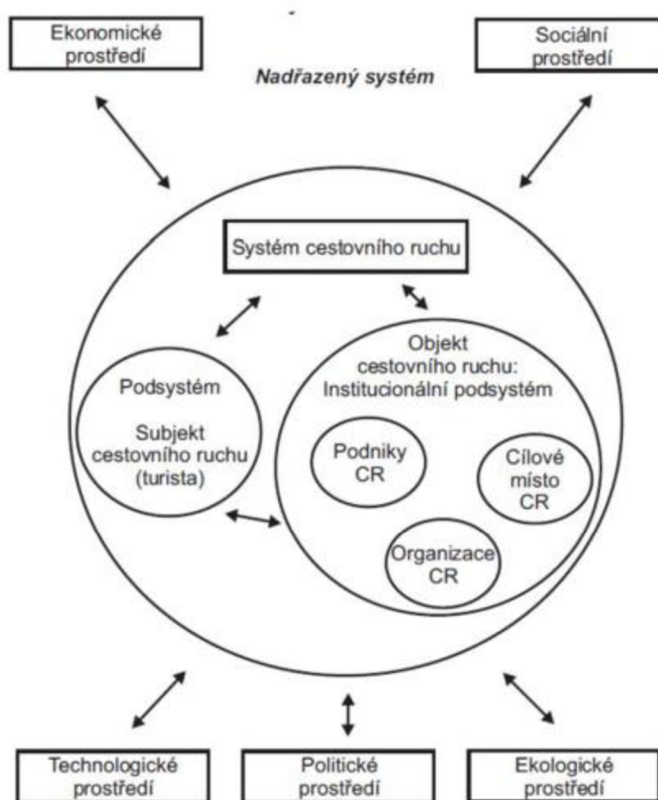
- Ekonomická zodpovědnost – zahrnuje snahy o zachování životaschopnosti a konkurenceschopnosti turistických destinací a podniků tak, aby měly možnost dlouhodobě prosperovat,
- Místní prosperita – maximalizovat přínos turismu, který povede k prosperitě dané destinace, a to včetně podílu výdajů všech návštěvníků,
- Kvalita zaměstnanosti – posílení počtu i kvality místních pracovních míst vytvořených a podporovaných cestovním ruchem včetně odměny, podmínek poskytování služeb a dostupnosti pro všechny bez diskriminace (dle pohlaví, rasy apod.),
- Sociální vlastnictví – snaha o rozšíření ekonomických a sociálních výhod z cestovního ruchu pro celou přijímací komunitu, a to včetně zlepšování příjmů, příležitostí a služeb, které jsou k dispozici pro chudé,
- Celková zkušenost návštěvníků – zajištění především bezpečné, uspokojující a naplňující zkušenosti návštěvníků, které jsou k dispozici všem bez diskriminace (dle pohlaví, rasy, zdravotního postižení apod.),
- Lokální kontrola – zapojení místní komunity do místního plánování a rozhodování o řízení a budoucím rozvoji cestovního ruchu v jejich oblasti, a to po dohodě s ostatními zúčastněnými stranami,
- Blahobyt společnosti – udržení a posílení kvality života místních obyvatel, včetně sociálních struktur, přístupu ke zdrojům a zdravotnictví, vyhnutí se jakékoliv formě sociální degradace,
- Kulturní bohatství – respektování a obohacení historického dědictví, autentické kultury, tradic a jednoty hostitelských komunit,
- Fyzická integrita – zachování a zlepšení kvality krajiny, městské i venkovské a zabránění fyzickému a vizuálnímu zhoršování životního prostředí,
- Biologická diverzita – podpora ochrany přírodních oblastí, biotopů, volně žijících živočichů a minimalizace jejich poškození,
- Výkonnost zdrojů – minimalizovat využívání vzácných či neobnovitelných zdrojů k rozvoji a provozu služeb a turistických zařízení,
- Ochrana životního prostředí – minimalizace znečištění ovzduší, vody i půdy a řízení odpadů turistických podniků a návštěvníků (UNWTO, 2019).

3.4 Cestovní ruch jako systém

Cestovní ruch lze charakterizovat jako otevřený, dynamický systém tvořený třemi podsystémy, které jsou vzájemně propojeny. Mezi tyto podsystémy patří objekt, subjekt a předmět cestovního ruchu, přičemž stěžejními jsou především objekt a subjekt. Objekt je chápán jako cílové místo a podniky i organizace, které zajišťují veškeré služby cestovního ruchu. Subjektem se pak rozumí účastník cestovního ruchu, tedy návštěvník, spotřebitel výrobků a nabízených služeb (Beránek a kol., 2013).

Existují vazby mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, jež tvoří jeho okolí, tzv. vnější prostředí, přičemž je těmito vnějšími silami ovlivňován. Jedná se o ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí (Hesková a kol., 2015).

Obrázek 2: Systém cestovního ruchu



Zdroj: Vystoupil a Šauer, 2006

3.4.1 Subjekt cestovního ruchu

Subjektem cestovního ruchu se obecně rozumí účastník. Účastník uspokojuje své potřeby v rámci turismu, z ekonomického hlediska je nositelem poptávky a zároveň

spotřebitelem produktů (Beránek a kol., 2013). Stěžejním prvkem mající vliv na rozhodování účastníků je motivace, která je ovlivňována především vlastnostmi jedince, jako je například pohlaví, věk či národnost (Kotíková a Schwartzhoffová, 2014).

Subjekty lze dále dělit na několik odlišných podkategorií účastníků turismu (Beránek a kol., 2013).

- Rezident – Stálý obyvatel

Obecně lze říci, že se jedná o občana konkrétního státu nebo cizince, kteří na území tohoto státu dlouhodobě pobývají. Jedná se o osobu, která v rámci domácího cestovního ruchu pobývá v určitém místě alespoň šest po sobě jdoucích měsíců. V rámci zahraničního cestovního ruchu pobývá rezident v určitém místě alespoň dvanáct po sobě jdoucích měsíců (1 rok) (Hesková a kol., 2011).

- Návštěvník

V domácím cestovním ruchu značí tento pojem osobu, která cestuje na jiné místo v rámci země svého trvalého bydliště na dobu kratší než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu se jedná o osobu, která cestuje do jiné země než je země trvalého působení, a to na dobu kratší než je dvanáct po sobě jdoucích měsíců (tzn. 1 rok). V obou případech se jedná o cestování za účelem nevýdělečné činnosti (Palatková a Zichová, 2011).

- Turista

Dle Beránka a kol. (2013) splňuje turista identická kritéria jako návštěvník v rámci domácího i zahraničního cestovního ruchu. Uvádí, že pobyt turistů je podmíněn alespoň jedním přenocováním a obdobím kratším než je půl roku v domácím cestovním ruchu. Co se týká zahraničního cestovního ruchu, uvádí dobu kratší jednoho roku a jedná se o cestování do jiné země než je země trvalého působení.

- Výletník

Jde o osobu, která cestuje za jiným účelem než je výdělečná činnost. Výletník cestuje na dobu kratší než je 24 hodin, a to bez přenocování v cílovém místě (Hamarnehová, 2014).

- Tranzitní návštěvník

Tento pojem vymezuje účastníka cestovního ruchu, který se pouze zastaví v dané lokalitě či zemi v rámci cesty do jiné země nebo lokality. Může se jednat jak o jednodenního výletníka, tak o turistu (Beránek a kol., 2013).

3.4.2 Objekt cestovního ruchu

Z ekonomického hlediska je objekt cestovního ruchu považován za nositele nabídky a obecně zahrnuje vše, co je důvodem změny místa obvyklého pobytu subjektu (účastníka) cestovního ruchu. Představuje destinaci (cílové místo) cestovního ruchu, podniky a instituce, které poskytují služby jak v destinaci, tak i podniky a instituce, jenž zajišťují služby i během dopravy do této destinace (Beránek a kol., 2013).

Mezi primární nabídku se řadí cílové místo, tedy cílová destinace, středisko, region či stát. V oblasti by se měla vyskytovat v hojném množství, dostatečné kvalitě a musí tak disponovat velkým potenciálem, aby vyvolávala co nejvyšší návštěvnost a byla vyhledávána účastníky. Do primární nabídky se řadí přírodní a kulturně-historický potenciál.

Sekundární nabídka spočívá v kvalitě infrastruktury dané destinace. Vzhledem k tomu spadá do této nabídky ubytovací i stravovací zařízení a dále také instituce a podniky, které by měly uspokojovat poptávku subjektů. Při výběru cílové destinace je stěžejní i dostupnost a image místa (Hesková a kol., 2011).

- Cestovní kancelář

Cestovní kanceláři se rozumí podnik, který uspokojuje potřeby svých klientů v rámci organizovaného cestovního ruchu. Zabývá se sestavováním a nabízením konkrétních zájezdů pro klienty, ale i pro cestovní agentury. Mezi hlavní činnosti cestovní kanceláře patří samotná organizace, zprostředkování a poskytování služeb cestovního ruchu. Je tedy oprávněna organizovat, nabízet a prodávat zájezdy na základě koncese, je však povinna mít sjednané pojištění pro případ úpadku a je zcela zodpovědná za konečnou realizaci zájezdu. Může nabývat i anglického názvu „touroperator“ (Pompurová, 2013).

Cestovní kanceláři je umožněna i nabídka a prodej jednotlivých služeb samostatně tak, aby uspokojila individuální přání zákazníků. Dále je oprávněna zprostředkovat prodej zájezdu i pro jinou cestovní kancelář či provozovat doplňkový prodej, který však musí být v souvislosti s cestovním ruchem. Jedná se například o prodej map, tištěných průvodců, vstupenek a suvenýrů (Palatková, 2013).

- Cestovní agentura

Cestovní agentura je provozována na základě volné živnosti a funguje jako tzv. obchodní mezičlánek cestovních kanceláří, přičemž je spojuje se zákazníky. Zabývá se prodejem zájezdů cestovních kanceláří a v podstatě se tedy jedná pouze o zprostředkovatele prodeje. Cestovní agentura tudíž není oprávněna prodávat svou službu,

kteřá je složená z více jednotlivých prvků a není zodpovědná za průběh zájezdů, které ani nemusí být u dané agentury pojištěny (Palatková, 2013).

Cestovní agentuře je umožněno poskytovat jednotlivé služby cestovního ruchu, například prodej letenek či ubytování v hotelu, kdy je oprávněna tyto služby sjednávat i bez cestovní kanceláře (Pompurová, 2013).

Dle zákona č. 111/2018 Sb. je oprávněna nabízet, prodávat a zprostředkovávat prodej jednotlivých služeb cestovního ruchu či jejich kombinaci, kromě prodeje zájezdů jakožto zákonem stanovených kombinací jednotlivých služeb cestovního ruchu.

3.4.3 Předmět cestovního ruchu

Předmětem cestovního ruchu se rozumí jakýkoliv produkt, služba nebo soubor těchto prvků, který slouží k uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu. O předmětu cestovního ruchu lze taktéž hovořit jako o produktu cestovního ruchu. Zcela charakteristickým produktem jsou zájezdy, jež jsou typickým produktem cestovních kanceláří. Zájezd představuje konkrétní kombinaci alespoň dvou různých typů služeb cestovního ruchu za předem smlouvenou souhrnnou cenu. Zájezd by měl trvat déle než 24 hodin nebo zahrnovat nocleh (Beránek a kol., 2013). Existují tři základní typy zájezdů:

- Hvězdicovitý

Tento typ zájezdu spočívá v setrvání klienta pouze na jednom místě, přičemž ale zahrnuje každodenní vyjíždění v rámci jednodenních výletů do okolí. Klient se však následně vždy vrací do výchozího ubytovacího zařízení.

- Pobytový

Pobytový typ zájezdu je charakteristický ubytováním účastníka pouze na jednom místě, a to po celou dobu zájezdu. Klient zde obvykle využívá další služby cestovního ruchu, jako je stravování a typicky se oddává odpočinku.

- Poznávací

U poznávacího zájezdu se zpravidla často mění místo pobytu účastníků, kteří jsou velmi často doprovázeni kvalifikovaným průvodcem (Palatková, 2013).

3.5 Organizace cestovního ruchu

Organizace cestovního ruchu zahrnují velké množství jednotlivých institucí. Následující tabulka zachycuje příklady organizací na mezinárodní, regionální i státní úrovni, rozvojové organizace, asociace či sdružení. Organizace turismu plní roli řídicího subjektu

rozvoje cestovního ruchu v jednotlivých regionech. Rozsah jejich činností je závislý především na rozloze daného regionu, na postavení organizací turismu v regionu a taktéž na stupni jejího vývoje (Goeldner a Ritchie, 2014).

Tabulka 2: Příklady jednotlivých organizací cestovního ruchu

Organizace cestovního ruchu		
Mezinárodní organizace		UNWTO
		Světová rada cestování a cestovního ruchu (WTTC)
		Mezinárodní asociace pro leteckou přepravu (IATA)
Rozvojové organizace		Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (OECD)
Regionální mezinárodní organizace		Evropská komise pro cestovní ruch (ETC)
Státní a obecní organizace	Národní úroveň	Ministerstvo pro místní rozvoj
		CzechTourism
	Krajská úroveň	Jihočeská centrála cestovního ruchu,...
	Regionální úroveň	Region Slovácko - sdružení pro rozvoj CR,...
	Lokální úroveň	Města a obce
Asociace a sdružení		Asociace pro výzkum CR a turistiky
		Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR
		Národní Federace hotelů a restaurací České republiky
		Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu - HO.RE.KA ČR
		Asociace cestovních kanceláří České republiky
		Asociace českých cestovních kanceláří a agentur
		Asociace či sdružení průvodců ČR
Vzdělávání a vzdělávací organizace		Střední školy, učňovské školství, vyšší odborné školy, vysoké školy, obchodní a profesní sdružení, asociace,...

Zdroj: Vlastní zpracování dle Goeldner a Ritchie, 2014; Hesková, 2006; MMR ČR, 2020

- Světová organizace cestovního ruchu – UNWTO

Světová organizace cestovního ruchu je v současnosti nejznámější a zároveň vedoucí mezinárodní organizací v oblasti turismu se sídlem v Madridu. Oficiálně je specializovanou agenturou Organizace spojených národů a jejím primárním cílem je propagace a rozvoj cestovního ruchu po celém světě (Goeldner a Ritchie, 2014). Zahrnuje 158 zemí,

6 přidružených členů a více než 500 dalších členů, kteří zastupují soukromý sektor, vzdělávací instituce, turistická sdružení a místní orgány cestovního ruchu. Dále také zodpovídá za podporu udržitelného a všeobecně přístupného cestovního ruchu (UNWTO, 2018).

- Světová rada cestování a cestovního ruchu – WTTC

Světová rada cestování a cestovního ruchu je jediným orgánem, který zastupuje soukromý sektor turismu v celosvětovém měřítku. Řadí se sem více než 170 generálních ředitelů, předsedů a též předsedů důležitých světových společností pro cestovní ruch (WTTC, 2018). Tato organizace se sídlem v Londýně byla založena v roce 1990 a je vedena devatenáctičlennou řídicí komisí. Je zaměřena na tři oblasti, konkrétně na bezpečnost a usnadnění cestování, připravenost na krize, řízení, obnovu a udržitelný rozvoj (Goeldner a Ritchie, 2014).

- Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj – OECD

Tato organizace byla založena roku 1961 na základě úmluvy podepsané 14. prosince 1960 v Paříži (Goeldner a Ritchie, 2014). V současnosti tvoří organizaci 36 členských států a jejím stěžejním posláním je podpora politiky vedoucí ke zlepšení hospodářského a sociálního blahobytu osob po celém světě. Mezi hlavní činnosti patří spolupráce s jednotlivými vládami, měření produktivity a globálních toků obchodu a investic, analýza a porovnání dat s předpovědi budoucích trendů a stanovení mezinárodních standardů v mnoha oblastech. Mezi tyto oblasti se řadí zemědělství, daně či bezpečnost chemických látek (OECD, 2018).

- Evropská komise pro cestovní ruch – ETC

Jedná se o neziskovou organizaci, která je odpovědná za propagaci Evropy jako turistické destinace na třetích trzích. Zahrnuje celkem 32 členů Národní organizace cestovního ruchu, kteří se společně podílí na budování hodnoty turismu v evropských zemích, a to především prostřednictvím spolupráce v oblasti sdílení osvědčených postupů, znalosti trhu a propagace (ETC, 2018). Evropská komise pro cestovní ruch byla založena již v roce 1948 a plní roli tzv. „státní turistické kanceláře Evropy.“ Její sídlo se nachází v Bruselu a Česká republika je zde zastoupena prostřednictvím organizace CzechTourism (Goeldner a Ritchie, 2014).

- Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky

Podpora rozvoje cestovního ruchu spadá v České republice do kompetencí Ministerstva pro místní rozvoj ČR, které bylo zřízeno s účinností od 1. listopadu 1996

zákonem č. 272/1996 Sb. Jedná se o metodický a koordinační orgán pro veškeré subjekty působící v oblasti cestovního ruchu. Taktéž spolupracuje na řešení specifických cílů s dalšími ministerstvy, regionálními sdruženími a organizacemi či místní správou a samosprávou (Hesková, 2006). Cílem Ministerstva pro místní rozvoj ČR je využít legislativní nástroje při vytváření podmínek pro rozvoj turismu, pomocí pravidel dosáhnout lepší ochrany spotřebitele a též určit pravidla týkající se provozu cestovních kanceláří a agentur (MMR ČR, 2020).

- Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism

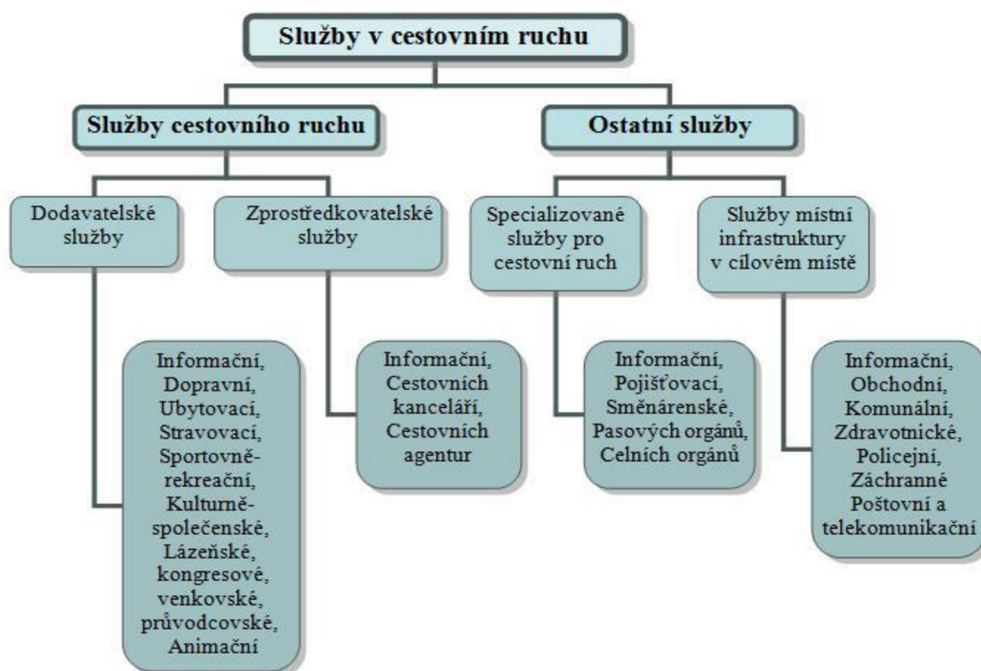
Jedná se o státní příspěvkovou organizaci zřízenou Ministerstvem pro místní rozvoj jako ústřední orgán státní správy České republiky ve věcech cestovního ruchu (Hesková, 2006). Primárním cílem je propagace České republiky jako destinace jak v zahraničí, tak na tuzemském trhu, přičemž k dosažení tohoto cíle plní následující úkoly: koordinace činností v oblasti cestovního ruchu, destinační marketing, mediální prezentace České republiky, informační podpora cestovního ruchu, výzkumné a vzdělávací činnosti a ekonomické a administrativní zajištění chodu agentury (CzechTourism, 2021).

3.6 Služby v cestovním ruchu

Služby cestovního ruchu jsou charakteristické svou různorodostí a zároveň komplexností. Poskytuje je velké množství podnikatelských i nepodnikatelských subjektů v rekreačním prostoru i v místě poptávky. Pro služby v rámci cestovního ruchu je stěžejní spolupráce mezi všemi subjekty, promyšlená koordinace funkcí těchto služeb, ale i koordinace činností v čase a v konkrétním rekreačním prostoru (Jakubíková, 2012). V dnešní době jsou služby nedílnou součástí vyspělých států světa, významně se podílí na tvorbě hrubého domácího produktu i na celkové zaměstnanosti (Palatková a Zichová, 2014).

Mezi základní služby cestovního ruchu se řadí především služby ubytovací, stravovací a dopravní. Doplnkové služby zahrnují například sportovně-rekreační služby, kulturně-společenské služby a dále poté služby směnářské, informační, pojistné, poradenské či průvodcovské (Orieška, 2010).

Obrázek 3: Struktura služeb v cestovním ruchu



Zdroj: Hesková, 2011

- **Ubytovací služby**

Umožňují účastníkům cestovního ruchu ubytování mimo místo svého trvalého bydliště a zároveň mohou poskytovat i další služby související s tímto přechodným pobytem. V podstatě se tedy jedná o krátkodobý pronájem ubytování v dané destinaci, který uspokojuje potřeby zákazníků (Jakubíková, 2012). Vzhledem ke stoupajícím nárokům turistů dochází v současnosti k rozlišení rozmanitých typů ubytování, které se od sebe liší především cenou, velikostí, umístěním, vybaveností, rozsahem poskytovaných služeb a celkovou kvalitou. Většinou jsou pak ubytovací zařízení klasifikována počtem hvězdiček, tradičně od jedné do pěti, přičemž nejvyšší kvalitu služeb značí nejvyšší počet hvězd. Ubytovací služby poskytují například i možnost úschovy zavazadel, cenností v trezoru, úklidové služby či možnost rezervace on-line a mnoho dalších doplňkových služeb (Rašovská a Ryglová, 2017).

Ubytovací zařízení lze dělit dle několika aspektů, například:

- Dle způsobu výstavby

pevná – hotely, penziony, motely apod.,

přenosná – stany,

pohyblivá – karavany, přívěsy apod.,

- Dle časového využití

celoroční,

jednosezónní – léto nebo zima,

dvousezónní – léto i zima,

- Dle kategorií

tradiční – penziony, hotely, motely apod.,

doplňková – chaty, kempy, bungalovy aj.,

ostatní – ubytování na studentských kolejích apod. (Jakubíková, 2012).

- **Dopravní služby**

Jedná se o základní podmínku realizace cestovního ruchu. Primárně představují veškeré služby spojené s přepravou účastníků a jejich zavazadel. Zahrnují však i poskytnutí informací týkající se dopravního spojení, rezervaci míst v daném dopravním prostředku, prodej dopravních cenin a také pohyb a přepravu osob v cílové oblasti. Co se týče cestujících, pro ty je nejdůležitější rychlost, pohodlnost, bezpečnost, kvalita a v neposlední řadě i cenová dostupnost dopravy (Lochmannová, 2015).

Dopravní služby se skládají z letecké dopravy (lety pravidelné či nepravidelné, vnitrostátní, mezinárodní a charterové), z dopravy železniční (pravidelná i nepravidelná, rekreační vlaky, zvláštní vlaky), silniční dopravy, vodní dopravy a vertikální dopravy (například lyžařské vleky a lanovky) (Orieška, 2010).

- **Stravovací služby**

Stravovací služby jsou uskutečňovány v tzv. gastronomických zařízeních. Představují služby základního stravování, nabídku a prodej komplexního menu, ve kterém jsou v některých případech zahrnuty i nápoje a dále i doplňkové občerstvení. Stravovací služby mohou být například propojeny i s hudební produkcí a určitým kulturním programem (Lochmannová, 2015).

Gastronomie, která se stále více stává fenoménem dnešní doby nabízí zákazníkům nepřehledné množství možností. Stravovací zařízení tedy přizpůsobují svou nabídku různým skupinám zákazníků na základě jejich potřeb, výše disponibilních prostředků či preferencí v rámci stravování. Účastníci využívají tyto služby jak v cílové destinaci, tak již v průběhu svých cest (Hesková, 2011).

- **Informační služby**

Tato služba zajišťuje informovanost zákazníků o cílové destinaci a o poskytovaných službách. Informace je nutno poskytovat již před zahájením samotné cesty, během

ní, ale i po příjezdu do cílové oblasti. Informace (například ve formě letáků, e-mailů či počítačových systémů) poskytují turistické a cestovní kanceláře a po příjezdu do dané destinace například turistická informační centra (Rašovská a Ryglová, 2017).

- **Pojišťovací služby**

Tento druh služeb si může každý cestující buď sjednat sám, nebo v případě zájezdu s cestovní kanceláří mu může být poskytnuta právě v rámci zájezdu. Je zde důležitý druh a rozsah pojištění a v případě pojistné události je třeba dbát pokynů dané pojišťovny. Tyto služby lze využít při pobytu v cílové destinaci, ale i při předešlé přepravě do ní (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017).

- **Průvodcovské služby**

Průvodce či delegát by měl být kvalifikovaným pracovníkem v rámci cestovního ruchu, který disponuje znalostmi o dané oblasti, bezprostředním okolí a taktéž se musí informovat o aktuálním dění v cílové destinaci. Tyto služby uspokojují poptávku účastníků po informacích a zároveň mají velký vliv na jejich spokojenost (Seifertová, 2013).

3.7 Předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Základním předpokladem rozvoje cestovního ruchu je dle Jakubíkové (2012, s. 16) svoboda, díky které může člověk cestovat. Mezi další důležité předpoklady řadí volný čas, dostatek disponibilních finančních prostředků a příznivou politickou situaci.

Dle autorů Zelenky a Páskové (2012) značí předpoklady rozvoje cestovního ruchu *„souhrn přírodních a antropogenních aspektů včetně jejich mnohoúrovňových vazeb, které vytvářejí předpoklady pro realizaci cestovního ruchu“*.

Předpoklady rozvoje cestovního ruchu lze dle geografického a ekonomického hlediska rozdělit do tří skupin, a to na lokalizační předpoklady, které se následně dělí na přírodní a kulturně-historické. Druhou skupinou jsou předpoklady selektivní, které lze dále členit na politické, demografické, administrativní, urbanizační, sociologické, personální a ekologické. Poslední skupinu tvoří realizační předpoklady, kam lze zahrnout dopravní infrastrukturu a infrastrukturu cestovního ruchu (ubytovací zařízení, stravovací zařízení apod.) (Mariot, 1983).

Na výše zmíněné členění dle Mariota (1983) navazuje mnoho současných autorů odborné literatury, jako například Hrala (2013), Zelenka a Pásková (2012) či Šauer, Vystoupil a Holešinská (2015).

Autoři Zelenka a Pásková (2012), Bína (2010) či již Mariot (1983) se ve svých publikacích poté věnují i problematice potenciálu cestovního ruchu, kdy se jejich definice obvykle shodují. Bína (2010) rozděluje celkový potenciál na dva jednotlivé potenciály. Tvrdí, že nejprve se jedná o potenciál, který vyplývá z plošných, krajinně rekreačních hodnot území a dále o *potenciál, který je dán rozmístěním a významem bodových atraktivit vyhledávaných turisty a rekreanty*. Potenciálem cestovního ruchu se tedy v podstatě rozumí výsledek zhodnocení komplexního okruhu lokalizačních podmínek, ze kterých lze dále vyvodit předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu v dané destinaci (Zelenka a Pásková, 2012).

3.7.1 Lokalizační předpoklady

Lokalizační předpoklady se považují za primární potenciál cestovního ruchu a jak již bylo řečeno, člení se na přírodní a kulturně-historické. Šauer, Vystoupil a Holešinská (2015) uvádějí, že tyto předpoklady určují, pro jaký druh či formu cestovního ruchu je dané území vhodné. Dále tvrdí, že jsou téměř neměnné v závislosti na čase. Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011) dodávají, že o tom, jak budou právě tyto předpoklady dále využity, rozhodují realizační faktory.

Lokalizační předpoklady jsou stěžejním prvkem pro celkový rozvoj cestovního ruchu v konkrétní lokalitě, jelikož mají na tento rozvoj buď pozitivní nebo negativní vliv. Dále také determinují, čím se bude daná oblast prezentovat i odlišovat od konkurence (Hamarnéková, 2012). Obecně lze říci, že se těmito předpoklady rozumí vše, co je možné v dané destinaci vidět.

- **Přírodní předpoklady**

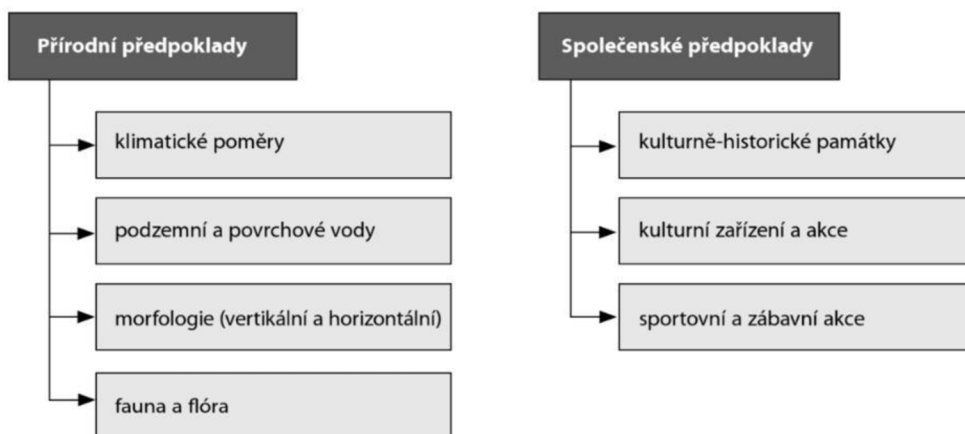
Zcela bezpodmínečně patří k základním předpokladům rozvoje cestovního ruchu a samozřejmě souvisí s rozmanitostí a členitostí přírodního prostředí. Zahrnují především povrch, nížiny, vysočiny, hory, vodní toky, vodní plochy, moře, klima dané oblasti, faunu, flóru a další přírodní atraktivitu. Patří sem ale i léčivé přírodní zdroje jako jsou minerální a termální prameny, které jsou neodmyslitelným základem pro lázeňské pobyty (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

- **Kulturně-historické předpoklady**

Tyto předpoklady jsou na rozdíl od výše zmíněných přírodních předpokladů vytvořeny člověkem a mají spíše sekundární význam, jelikož plní doplňkovou funkci k přírodním atraktivitám. Zahrnují historické památky, církevní památky, zámky, hrady,

muzea, divadla, festivaly, společenské akce, sportovní akce či veletrhy. Dalšími, neméně důležitými aspekty kulturně-historických předpokladů jsou gastronomie, zvyky, tradice a veškeré ostatní atraktivita, jež byly vytvořeny lidskou činností (Hamarnehová, 2012).

Obrázek 4: Schéma lokalizačních předpokladů cestovního ruchu



Zdroj: Hamarnehová, 2012

3.7.2 Realizační předpoklady

Realizační předpoklady jsou považovány za sekundární potenciál cestovního ruchu, který se odvíjí od primárního (lokalizační předpoklady) a dále ho rozvíjí (Drobná a Morávková, 2013). Mezi realizační předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu autorky zahrnují dopravní infrastrukturu (cesty pro dopravní prostředky, parkoviště) a infrastrukturu cestovního ruchu (ubytovací zařízení, stravovací zařízení, lázeňská, sportovní či kulturní zařízení).

Realizační předpoklady mají stěžejní pozici v závěrečné fázi realizace cestovního ruchu. Poskytují možnost dopravy do dané oblasti a též umožňují její následné využití (Linderová, 2013).

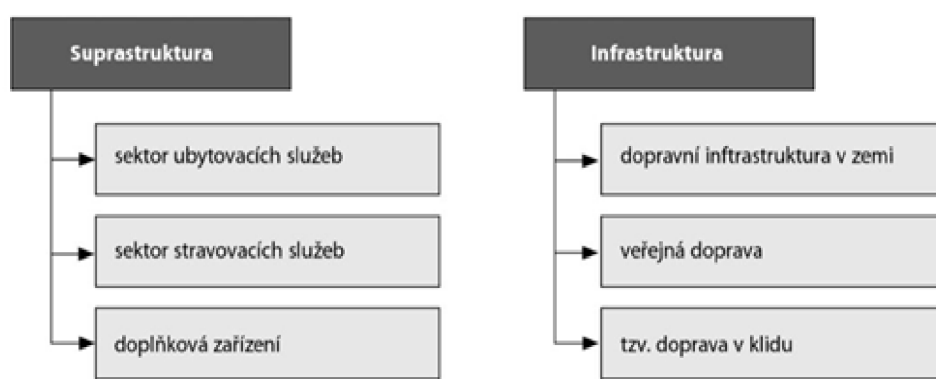
Tyto předpoklady cestovního ruchu dle Bíny (2010) zčásti determinují počet návštěvníků destinace a její následné využití. Dále uvádí, že pokud existuje dostatečná iniciativa lidského faktoru, mohou být realizační předpoklady mnohdy důležitější, než lokalizační. Jako modelové příklady autor uvádí například budování lyžařských sjezdovek či výstavbu aquaparků ve střediscích.

Jádrem těchto předpokladů je kvalita a hustota dopravní sítě, která velmi úzce souvisí s celkovou dostupností destinace. Dopravní infrastruktura tedy musí podléhat určité modernizaci tak, aby se mohla zvyšovat její kvalita, rychlost, ale i bezpečnost. Druhou

složkou je pak materiálně-technická základna, která je tvořena především ubytovacími a stravovacími zařízeními. Dále je také tvořena sportovně-rekreačními a informačními službami a taktéž zdravotnickou péčí (Hrala, 2013).

Nabídka všech výše zmíněných služeb je pro celkovou realizaci cestovního ruchu v dané destinaci velice důležitá, přičemž je nutné, aby splňovala dostatečnou kapacitu a jistou kvalitu těchto služeb. Dle Ryglové, Buriana a Vajčnerová (2011) existuje množství ukazatelů, které úroveň realizačních předpokladů hodnotí (například počet ubytovacích zařízení a lůžek, velikost i kvalita přepravních kapacit či občanská vybavenost).

Obrázek 5: Schéma realizačních předpokladů cestovního ruchu



Zdroj: Hamarnehová, 2012

3.7.3 Selektivní předpoklady

Selektivní předpoklady, též v některé literatuře uváděny jako stimulační, plní úlohu stimulace vzniku a rozvoje cestovního ruchu. Velmi zjednodušeně by se dalo říci, že selektivní předpoklady určují, zda vůbec reálně může cestovní ruch v dané lokalitě existovat, zda je reálné, že přijedou turisté a případně kolik jich bude a o jaký typ turistů se bude jednat (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Selektivní předpoklady tedy formulují způsobilost destinace či konkrétní oblasti podílet se na cestovním ruchu, a to jak aktivně, tak pasivně (Hrala, 2013). Autor se dále domnívá, že díky těmto předpokladům je možné zcela využít ostatní předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu v dané lokalitě.

Selektivní předpoklady se dělí na subjektivní a objektivní (Hamarnehová, 2012).

- **Objektivní předpoklady**

- Politické faktory

Tyto faktory se zabývají vnitropolitickou situací, možností volného pohybu obyvatelstva a kapitálu, charakterem politického systému a celkovým mírovým uspořádáním dané země. Souhrnná stabilní politická situace země je velice důležitá pro rozvoj cestovního ruchu (Hamarnehová, 2012).

- Demografické faktory

Jsou zaměřeny na demografické informace, které se týkají především počtu obyvatel v dané destinaci, délky jejich života, ekonomického postavení a situace, mobility apod. V cestovním ruchu je na lidský faktor nahlíženo dvěma způsoby. Na straně nabídky je na něj nahlíženo jako na pracovní faktor a na straně poptávky jako na účastníka, spotřebitele, zákazníka. Co se týče růstu a rozvoje cestovního ruchu, má na něj bezpochyby vliv zvyšující se celková životní úroveň obyvatelstva, tedy potenciálních zákazníků. Finančně movitější vrstvy obyvatelstva zpravidla vyhledávají luxusnější, dražší a vzdálenější destinace, přičemž cestují i vícekrát do roka (Ryglóvá, Burian a Vajčnerová, 2011).

- Ekonomické faktory

Ekonomické faktory zahrnují jak životní úroveň obyvatelstva, tak fond volného času, který mají k dispozici (Hrala, 2013). Dále se mezi tyto předpoklady řadí čerpání prostředků například z Evropských fondů, míra investic do rozvoje destinace v rámci cestovního ruchu, míra investic do propagace a výše reálné mzdy. Hodnotit souvislost mezi cestovním ruchem a ekonomikou lze pomocí několika ukazatelů, kdy se jedná o výdaje obyvatelstva na služby spojené s cestovním ruchem, podíl služeb cestovního ruchu na celkovém HDP dané země či o výši devizových příjmů z aktivního cestovního ruchu (Ryglóvá, Burian a Vajčnerová, 2011).

- Urbanizační faktory

Tyto faktory se podílejí na určování nároků a preferencí městské a venkovské populace. Závisí však i na velikosti daného města (Vystoupil a kol., 2011).

- Ekologické faktory

Jedná se o kvalitu přírody, životního prostředí a o udržitelný rozvoj cestovního ruchu. V dnešní době je příroda stále více narušována lidskou společností a v mnoha vyspělých zemích světa tak dochází k přelidnění (k větší koncentraci obyvatel) a k poškozování životního prostředí. Zároveň jsou však populární lokality cestovního ruchu chráněny a je

zde kladen důraz na udržitelnost. Z ekologického hlediska jsou na tom nejhůře ty destinace, kde ve velkém probíhá masový cestovní ruch (Hamarnehová, 2012).

- Administrativní faktory

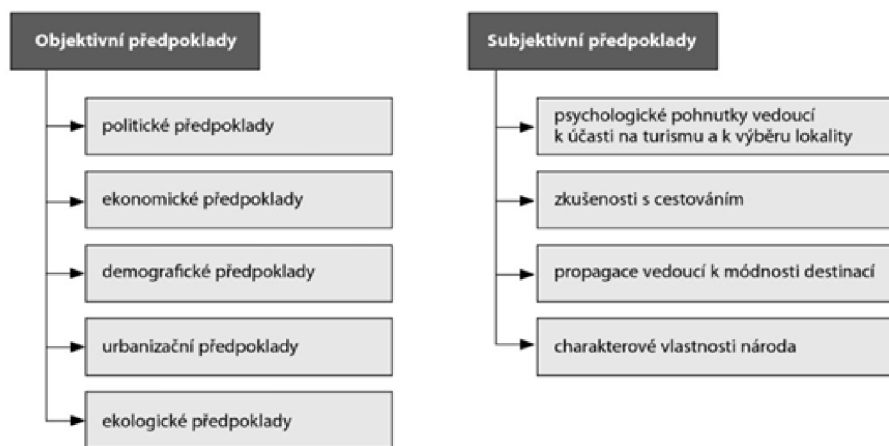
Tyto faktory zahrnují nejrůznější zákony, vyhlášky, právní předpisy a pasové i vízové podmínky vstupu do dané země. Dále se jedná o daňovou legislativu, výši potřebných finančních prostředků pro vstup do dané země a taktéž o nutnost podstoupit očkování na konkrétní nemoci (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

- **Subjektivní předpoklady**

Mezi subjektivní předpoklady se řadí množství psychologických a marketingových faktorů, kterými je ovlivňováno rozhodování a chování spotřebitelů v cestovním ruchu. Významnou součástí je propagace a reklama, které napomáhají ke zvýšení návštěvnosti destinace a k celkovému povědomí lidí o dané destinaci. K dalším důležitým aspektům subjektivních předpokladů patří módnost destinace, její prestiž a image či zkušenosti potenciálních návštěvníků (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Tyto předpoklady jsou ale taktéž ovlivněny smýšlením jednotlivců či národu jako celku (Hamarnehová, 2012). Autorka tvrdí, že jsou tvořeny psychologickým myšlením, tradicemi, kulturou a charakterovými vlastnostmi jak jedinců, tak celého národa.

Obrázek 6: Schéma selektivních předpokladů cestovního ruchu



Zdroj Hamarnehová, 2012

3.8 Destinace cestovního ruchu

Pojem destinace lze charakterizovat několika způsoby. Zjednodušeně lze říci, že se jedná o turistickou oblast. Podle Zelenky a Páskové (2012, s. 59) lze tento pojem v cestovním ruchu obecně definovat jako „*směřování, cíl cesty cestujících, místo navštívené*“

účastníkem cestovního ruchu“. Dále však uvádějí, že pojem jako takový nemusí být vždy spojován pouze s cestovním ruchem.

Pásková (2014) popisuje destinaci jako *„územní celek, který se vyznačuje společným postupem při využívání potenciálu pro rozvoj cestovního ruchu, společným životním cyklem, společnými procesy atd.“* Autorka však konstatuje, že převažuje chápání regionu cestovního ruchu jako homogenního regionu, který je vymezen především z fyzicko-geografických hledisek (například morfologie krajiny). Dále vysvětluje, že vzhledem k současným poměrům je výhodnější vymezování heterogenních územních celků, které jsou založeny na síle vnitřních vrstev a společné soudržnosti.

Palatková (2011, s. 11) charakterizuje destinace několika způsoby. Uvádí, že destinace jsou *„vzájemně si konkurující jednotky, jejichž společným cílem je prodej a plnění řady funkcí.“* Mezi tyto funkce řadí funkci marketingovou, nabídkovou, zastoupení zájmových skupin apod.

Ryglová a spol. (2012, s. 43) se odkazují na Mezinárodní organizaci cestovního ruchu (UNWTO) a popisují destinaci jako *„místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník zvolil pro návštěvu.“* Následně tvrdí, že k vymezení destinace je možné využít administrativního členění, významných přírodních faktorů nebo mentálních znaků (například jednotná kulturní identita) apod.

Destinace, taktéž nazývána jako geografický prostor, je území, které poskytuje a nabízí vhodné atraktivity, služby a zařízení cestovního ruchu, které si turisté volí jako cíl své cesty. I přesto, že se destinace nemusí vždy shodovat s administrativním členěním dané země, tak vzhledem k plánování a realizaci cestovního ruchu k tomu dochází poměrně často. Destinace je považována za strategickou hospodářskou jednotku a jejími základními předpoklady pro vznik a rozvoj jsou atraktivity, aktivity, dostupnost, produkty a v neposlední řadě i vybavení (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017).

3.8.1 Životní cyklus destinace

Stejně jako vše okolo nás má určitou životnost a v průběhu let podléhá změnám, tak i samotná destinace se v průběhu času vyvíjí a mění. Všeobecné zákonitosti vývoje i změn popisuje právě model životního cyklu destinace.

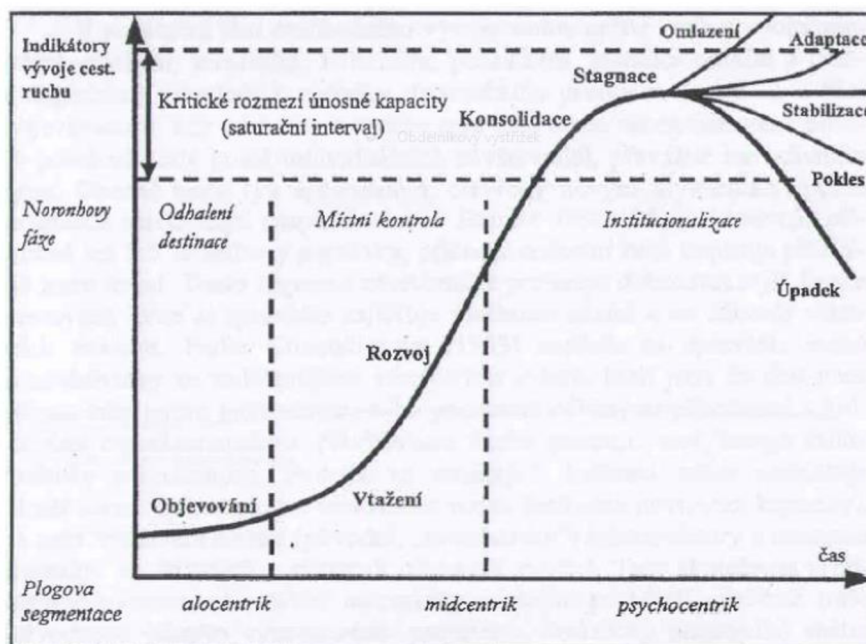
Životní cyklus destinace je dle autorů Páskové a Zelenky (2012, s. 654) aplikací ekonomického a marketingového modelu, tedy životního cyklu produktu na produkt složený, jímž je i samotná destinace, která se skládá z několika různých produktů. Těmito

produkty je myšleno například ubytování nebo atraktivitu cestovního ruchu. Autoři tvrdí, že tyto produkty se od sebe liší jak průběhem, tak i délkou životního cyklu. Dále poukazují na fakt, že je v destinaci možné také sledovat kvantitativní i kvalitativní změny, jež jsou zapříčiněny rozvojem cestovního ruchu. Již zmíněné změny lze pozorovat díky vhodně zvoleným indikátorům a s ohledem na působící jevy a procesy jako je například globalizace nebo urbanizace.

Nejčastěji využívaným modelem životního cyklu destinace je podle autorů Páskové a Zelenky (2012, s. 654) Butlerův model, který popisuje vývoj destinace v šesti stádiích. Prvním stádiem je fáze objevování, následuje fáze vtažení, další fází je rozvoj destinace, která předchází fázi konsolidace, dále stagnace a poslední fází je poststagnace. Pásková (2014, s. 105) ještě upozorňuje, že „každá destinace nemusí nutně projít všemi vývojovými fázemi, ani pořadí fází není fixně dáno.“

V této diplomové práci je popsán právě Butlerův model, který je přebrán od Páskové (2009, s. 73). Konkrétně se tedy jedná o Butlerův model životního cyklu destinace, který je obohacen o Plogovu segmentaci návštěvníků (v různých fázích životního cyklu destinace se v ní vyskytují různé typy návštěvníků) a o Noronhovy fáze (tři vývojové fáze destinace cestovního ruchu, které byly navrženy již před Butlerem) (Pásková, 2009, s. 70, 87).

Obrázek 7: Životní cyklus destinace



Zdroj: Pásková, 2014

- **Fáze objevování**

Jak již bylo zmíněno, fáze objevování je počáteční fází životního cyklu destinace. Pásková (2014, s. 96) uvádí, že v této fázi proudí do destinace pouze malý počet individuálních návštěvníků, a to nepravidelně. Typickým návštěvníkem destinace ve fázi objevení je tzv. alocentrik. Tento typ návštěvníka se dle autorky vyznačuje dobrodružnou povahou, je otevřený novým myšlenkám i zkušenostem a do destinace je přitahován především autenticitou a jedinečností daného místa. Alocentrik má motivaci poznávat místní kulturu, zvyklosti či jazyk a místními obyvateli je s nadšením přijímán. Charakteristickým znakem pro fázi objevení je i fakt, že v destinaci není prozatím vybudována téměř žádná infrastruktura cestovního ruchu a kontakt turistů s rezidenty je velmi intenzivní. Pásková dále zmiňuje, že v této fázi má návštěvník jen velmi malý vliv na všední život místních obyvatel. Jako příklad takové destinace uvádí Pásková (2014, s. 97) Amazonii, západní Afriku či Tibet a především destinace expedičního nebo vědeckého cestovního ruchu.

- **Fáze vtažení**

Hesková (2006) charakterizuje fázi vtažení jako přímo úměrný růst iniciativy rozvoje cestovního ruchu v destinaci vůči nárokům návštěvníků dané destinace.

V této fázi si lze povšimnout růstu objemu návštěvnosti i pravidelnosti těchto návštěv. Místní obyvatelé začínají reagovat na měnící se segment návštěvníků, kteří vyžadují vyšší nároky, a proto již začínají podnikatelskou činnost v oboru cestovního ruchu (Pásková, 2014, s. 97). Dle autorky je kontakt návštěvníků s místní komunitou stále poměrně intenzivní, a tudíž postoj místních obyvatel je i nadále příznivý. Pásková však upozorňuje na začínající tlak na zabezpečení infrastruktury cestovního ruchu, na postupnou propagaci dané destinace a na začínající sezónnost. Dále tvrdí, že v této fázi začíná nabývat organizovanost cestovního ruchu a vzrůstají sociální rozdíly mezi místními obyvateli, kteří jsou zapojeni do cestovního ruchu a zbytkem místní populace, jenž zapojena není. Autorka udává za příklad Kazachstán a Severní Afriku.

- **Fáze rozvoje**

Ve třetí fázi životního cyklu destinace, tedy ve fázi rozvoje se jednou z hlavních funkcí místa stává funkce turistická (Jakubíková, 2012). Podle Jakubíkové dochází v této fázi k budování nových zařízení v rámci cestovního ruchu a přicházejí první dopady na environmentální prostředí. Tvrdí, že se v této fázi vyrovnává počet turistů s počtem místních obyvatel a kontrolu nad rozvojem cestovního ruchu přebírají podnikatelé mimo danou lokalitu.

Pásková (2014, s. 99) ve své publikaci uvádí, že „*míra růstu intenzity cestovního ruchu měřená počtem návštěvníků dosahuje v této fázi nejvyšších hodnot.*“ Také dodává, že v hlavní sezóně převyšuje počet návštěvníků celkový počet místních obyvatel, což vede k masovému cestovnímu ruchu v destinaci. Zvyšující se nároky návštěvníků na standard služeb vedou dle Páskové ke snížení kontroly místních obyvatel nad rozvojem cestovního ruchu, kdy poté tento rozvoj přechází do pravomocí zahraničních investorů. V důsledku tak dochází k umělému vytváření atraktivit cestovního ruchu, k rozvoji dříve neexistujících služeb a také k výrazně vyšší propagaci. Autorka konstatuje, že všechny tyto aspekty vedou ke změně životního stylu rezidentů.

Ap a Crompton (1998, cit in Pásková, 2014, s. 99) popisují přístup místních obyvatel jako „*tolerování návštěvníků v destinaci*“ a jejich postoj se ubírá směrem k apatii. Dále tvrdí, že mezilidský kontakt rezidentů s návštěvníky postrádá intenzitu, spontánnost i frekvenci.

Plog (1973 cit in Pásková, 2009, s. 85) uvádí, že typem návštěvníka ve fázi rozvoje již není alocentrik, ale tzv. mezocentrik. Autor popisuje mezocentrika jako člověka, který již nevyhledává dobrodružství, ale prahne po poznání a je stále přizpůsobivý.

V této fázi životního cyklu destinace upozorňuje Pásková (2014, s. 98) na důležitost systematického plánování rozvoje cestovního ruchu na lokální, regionální i národní úrovni. Příkladem destinace, která se nachází v tomto stádiu, uvádí autorka některé oblasti Latinské Ameriky.

- **Fáze konsolidace**

Ve čtvrté fázi životního cyklu destinace dosáhla turistická funkce daného území svého maxima. Postupně začíná klesat tempo růstu turistů a cestovní ruch je významnou součástí místní ekonomiky. V destinaci se vyskytují turisticky uzpůsobené čtvrti (s restauracemi, hotely apod.). Typickým znakem fáze konsolidace je utlačování lokálních podniků na úkor turismu a začíná docházet k neshodám mezi rezidenty a turisty (Beránek a kol., 2013).

Dle Páskové (2014, s. 99) v destinaci silně převažuje masový cestovní ruch a počet návštěvníků v hlavní sezóně významně převyšuje počet stálých obyvatel. Nicméně autorka dále konstatuje, že tempo příjíždějících návštěvníků se viditelně snižuje. Co se týče ekonomiky, Pásková tvrdí, že zcela podléhá cestovnímu ruchu a aktivitám s ním spojeným. Cestovní ruch je tak klíčovým odvětvím ekonomiky dané destinace v oblasti příjmů a zaměstnanosti. Autorka konstatuje, že změny probíhají i v rámci území, které dostává

turistický charakter. Dalším podstatným znakem je dle Páskové skutečnost, že hotelové a stravovací řetězce začínají v destinaci otevírat své pobočky, a tím vytlačují místní podniky s autentickým charakterem.

Doxey (1975, cit in Pásková, 2014, s. 100) dokonce říká, že v důsledku tohoto rozvoje cestovního ruchu narůstá u místních obyvatel nespokojenost, která může přecházet až v úplné znechucení, jelikož místní obyvatelstvo se nyní přizpůsobuje požadavkům účastníků cestovního ruchu a jejich aktivitám.

Charakteristickými znaky návštěvníka v této vývojové fázi je nezájem o místní životní styl, nezájem o reálný život rezidentů a nejevení zájmu o autentické prožitky či zážitky (Pásková, 2014, s. 100). Autorka taktéž uvádí že „*někteří návštěvníci přestávají destinaci vyhledávat, protože ji začínají vnímat jako podřadnou, přelidněnou a již neschopnou poskytnout jim neobyčejné zážitky, které vyžadují.*“ Jako příklad uvádí Chorvatsko nebo některé části Karibiku.

- **Fáze stagnace**

Fáze stagnace je předposlední fází životního cyklu destinace. Většina autorů jako například Zelenka a Pásková (2012, s. 654), Hesková a kol. (2011), Pásková (2014, s. 101) nebo Jakubíková (2012) upozorňují na fakt, že toto stádium je nejkritičtější fází z celého cyklu. Autoři uvádějí, že v této fázi je naplněna únosná kapacita území a počet návštěvníků dosahuje naprostého vrcholu. Dále se shodují, že původní atraktivita jsou vytlačeny uměle vytvořenými.

Zelenka a Pásková (2012, s. 654) tvrdí, že taktéž dochází ke snížení atraktivnosti dané destinace, tudíž klesá počet turistů a dochází tak k poklesu příjmů z cestovního ruchu.

Pásková (2014, s. 101) upozorňuje na změny v prostředí destinace, které se stávají nenávratnými.

Doxey (1975, cit in Pásková, 2014, s. 101) charakterizuje přístup místních obyvatel k turistům jako znechucení, nepřátelství a antagonismus.

Typickým návštěvníkem destinace ve fázi stagnace je tzv. psychocentrik. Takový návštěvník upřednostňuje vlastní bezpečí a pohodlí na úkor poznávání a získávání nových zážitků. Vybírá destinace, které jsou známé a ověřené (Zelenka a Pásková, 2012, s. 469).

Pásková (2014, s. 101) ještě uvádí, že průběh předposlední fáze, tedy fáze stagnace je velmi důležitý až klíčový z hlediska následného směřování destinace.

Příklad uvádí Pásková (2014, s. 102) oblast severního Středozeří.

- **Fáze poststagnace**

Fáze poststagnace má podle Heskové (2006) více možných variant. Mezi tyto varianty řadí fázi omlazení, adaptace, stabilizace poklesu a úpadku. Dle jejího názoru záleží především na schopnostech destinačního managementu a charakteru konkrétní destinace, do které fáze se nakonec daná destinace dostane.

Pásková (2014, s. 102) uvádí, že to, do jaké fáze se destinace dostane, výrazně závisí na předešlém vývoji a především na průběhu fáze stagnace. Autorka rozděluje varianty stejným způsobem jako Hesková (2006) a dodává, že fáze úpadku a omlazení jsou extrémními případy.

- Fáze úpadku

Fáze úpadku nastává v případě, že v dané destinaci dojde k vyčerpání zdrojů, ke snížení kvality životního prostředí nebo v případě, že destinaci postihla přírodní katastrofa či válečný konflikt (Pásková 2014, s. 102).

- Fáze poklesu

Fázi poklesu charakterizuje Pásková (2014, s. 102) postupným snižováním návštěvnosti destinace. Dle autorky k této variantě dochází překročením únosné kapacity území a nedostačujícími investicemi do infrastruktury cestovního ruchu.

- Fáze stabilizace

Tato fáze nastává v případě, že se destinace vyrovnala s předešlým poklesem a je nyní schopna udržet stabilní úroveň návštěvnosti. Aby byla destinace schopna této alternativy, je nutno záměrných změn především ze strany destinačního managementu (Zelenka a Pásková, 2012, s. 654).

- Fáze adaptace

Podle Páskové (2014, s. 102) nastává tato varianta, jestliže následný rozvoj cestovního ruchu bude přizpůsoben únosné kapacitě území a bude účelně modifikován. Další podmínkou je dle Páskové zachování ochrany primárních zdrojů cestovního ruchu, což může vést k opětovnému růstu návštěvnosti destinace.

- Fáze omlazení

Tato fáze je charakterizována důslednými změnami ze strany destinačního managementu, které primárně vedou ke změně image celé destinace. Jádrem těchto změn může být například využití jedinečnosti změny či možnost celoročního průběhu cestovního ruchu. Fáze omlazení obrazně ukončuje kompletní cyklus, jelikož s ní začíná nový životní cyklus destinace (Pásková 2014, s. 102).

3.9 Destinační management

Destinaci jako produkt cestovního ruchu je nutno řídit strategicky a kvalitně, aby její celkové působení na trhu cestovního ruchu bylo úspěšné.

Destinačním managementem se rozumí proces řízení cestovního ruchu v turistických destinacích. V širším pojetí tohoto pojmu se poté jedná o spolupráci mezi podnikatelskými a veřejnoprávními subjekty, kdy tato spolupráce vede k efektivnějšímu řízení turismu v dané destinaci (Vystoupil, 2007).

Výkladový slovník cestovního ruchu od autorů Zelenky a Páskové (2012, s. 106) charakterizuje destinační management jako „*soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v destinaci.*“

Ryglová (2009, s. 152) popisuje destinační management jako určitý proces, který je založen na dlouhodobé spolupráci a vyžaduje kooperaci a koordinaci.

Dle Holešinské (2012, s. 47) je problematika destinačního managementu na území České republiky poměrně novou záležitostí a ve srovnání se zahraničními státy má velice krátkou historii. Dále uvádí, že efektivní a úspěšné řízení jednotlivých destinací je postaveno na tzv. principu 3K, přičemž tento princip zahrnuje kooperaci (mezi jednotlivými aktéry cestovního ruchu), koordinaci (v oblasti organizování a plánování) a komunikaci, kterou autorka považuje za klíčový faktor. Holešinská poukazuje na fakt, že aplikací destinačního managementu nedochází přímo k regulaci cestovního ruchu, nýbrž pouze k jeho ovlivňování, usnadňování a podpoře. Tvrdí, že stěžejním účelem destinačního managementu je dosažení trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu v dané destinaci a udržení konkurenceschopnosti destinace na trhu.

3.10 Rajonizace cestovního ruchu v České republice

Rajonizace cestovního ruchu se primárně zabývá zmapováním předpokladů rozvoje a rozmístěním subjektů a objektů cestovního ruchu v jednotlivých územních celcích. V rámci rajonizace území je uplatňován marketingový přístup, který dělí Českou republiku na dílčí turistické regiony. Rajonizace taktéž napomáhá regionální koordinaci a propagaci turistické nabídky na daném území a vede k vyšší konkurenceschopnosti nabídky veškerých služeb či produktů v cestovním ruchu (Svobodová a kol., 2013).

Výsledkem rajonizace je vznik jednotlivých turistických regionů a oblastí. Turistický region je vymezen jako územní celek, který svým množstvím nabídky, kvalitou, rozmanitostí a celkovou atraktivitou vyvolává návštěvnost. Turistická oblast je poté definována jako územní celek, který je determinován svým zcela specifickým potenciálem. Jedná se o převážně stejné přírodní nebo kulturně-historické podmínky a vlastnosti napomáhající rozvoji cestovního ruchu a rekreaci (Kotíková a Pavlů, 2020).

V České republice je organizace, podpora a propagace cestovního ruchu zajišťována několika institucemi, kdy mezi nejznámější spadá Ministerstvo pro místní rozvoj, CzechTourism neboli Česká centrála cestovního ruchu a dále jednotlivé kraje, obce a města. Hlavním cílem CzechTourism je propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu v zahraničí i v rámci země. (Kotíková a Pavlů, 2020).

Na území celé Evropské unie byl zaveden systém územního členění, tzv. NUTS (nomenklatura jednotky teritoriální statistiky), který je uplatňován i na území České republiky (tzv. CZ-NUTS)

- NUTS 0 = stát (1)
- NUTS 1 = území (1)
- NUTS 2 = oblast (regiony soudržnosti – 8)
- NUTS 3 = kraj (14)
- NUTS 4 = okres (77)
- NUTS 5 = obec (6 254)

Dále je na našem území vymezeno 14 euroregionů, které v rámci svého působení uplatňují snahy o odstranění kulturních, sociálních a hospodářských nerovností na obou stranách hranice. Spolupráce mezi těmito euroregiony je zcela dobrovolná a funguje na základě vlastních stanov (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Co se týče počtu turistických regionů, v současné době je jich na území našeho státu 17 a následně jsou členěny do 40 turistických oblastí. Účelem vzniku takto podrobného členění je především konkrétně cílená propagace, marketing a kvalitní celková organizace cestovního ruchu v daných lokalitách (Svobodová a kol., 2013). Tyto turistické regiony lze dělit na základě jejich potenciálu a návštěvnosti. Pomyslnou první skupinou jsou horské regiony, které mají vysoký potenciál návštěvnosti a jsou vyhledávané i pro delší pobyty. Jsou navštěvované jak v zimních (zimní sporty), tak v letních měsících (horská turistika). Další skupinou jsou lázeňská města, která se taktéž vyznačují delší dobou pobytu, ale je zde vyšší počet účastníků ubytovaných v hotelových zařízeních. Praha, která jako jediná tvoří

samostatnou skupinu láká účastníky na kulturně-historické památky, nákupní turismus či společenské akce. V hlavním městě turisté většinou přebývají dva až tři dny. Do poslední skupiny se řadí regiony, které jsou vyhledávané spíše v rámci jednodenních výletů. Obecně má tato skupina poměrně malý potenciál k návštěvnosti ve srovnání s ostatními a řadí se sem například Severní Morava, Vysočina či Střední Čechy (Palatková, 2012).

Obrázek 8: Turistické regiony České republiky



Zdroj: CzechTourism, 2018

4 Vlastní práce

V této kapitole diplomové práce je nejprve charakterizována zkoumaná destinace, tedy středisko Harrachov. Dále je zde proveden rozbor lokalizačních podmínek cestovního ruchu dle Bíny (2002) a následně je vyhodnoceno dotazníkové šetření. Na závěr této části jsou provedeny výpočty ukazatelů intenzity cestovního ruchu.

4.1 Charakteristika zvolené destinace

- **Historie**

První zmínky o Harrachově se datují do 17. století, kdy byla založena ves Dörfel. Svůj nynější název dostal Harrachov v 18. století, a to dle majitelů tohoto panství, které vlastnil rod Harrachů. Místní obyvatelstvo bylo tehdy závislé na tradiční sklářské výrobě, která v okolí Harrachova existovala již od 14. století. Harrachovská sklárna, která je v provozu i v současné době vznikla roku 1712 a až do roku 1946 patřila rodu Harrachů. Poté její vlastnictví převzal stát, od kterého ji v roce 1993 odkoupil soukromý majitel.

V 50. letech 20. století byl Harrachov rozšířen o nové části, konkrétně o Nový Svět, Rýžoviště a Mýtiny.

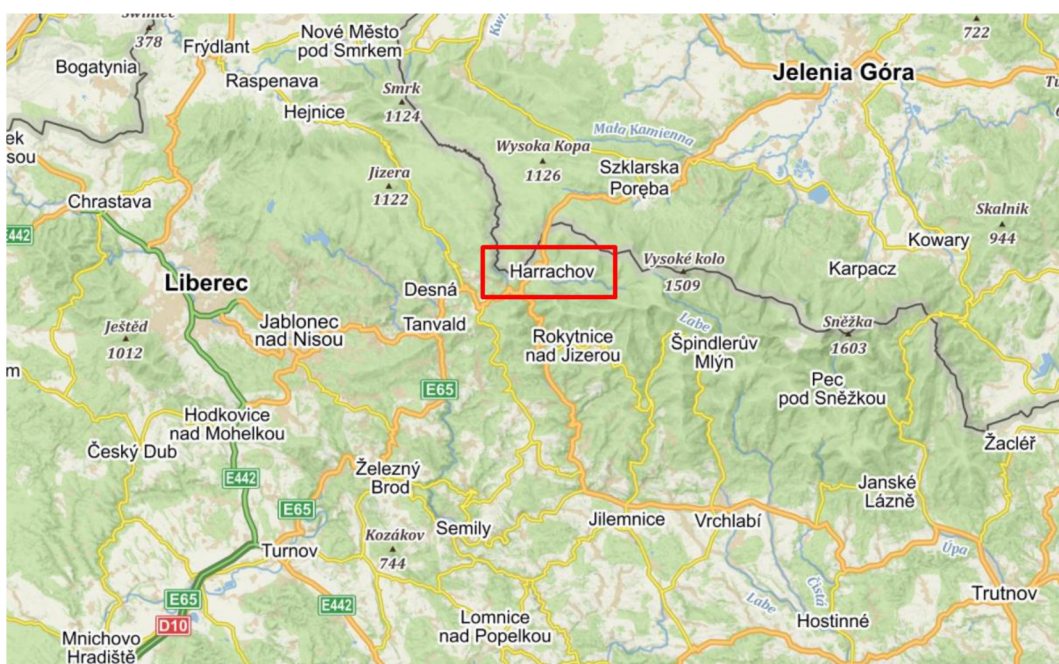
Středisko Harrachov patří v současné době k nejvyhledávanějším zimním střediskům v České republice, a to i především kvůli své dlouhé a bohaté historii. Zimní sporty se ve středisku začaly provozovat brzy poté, co hrabě Harrach přivezl na jilemnické panství první lyže, což bylo již v roce 1892. Roku 1908 byl založen Spolek zimních sportů a Harrachov se proslavil především vznikem prvních skokanských můstků v roce 1920. Zanedlouho, v roce 1923 se zde konaly první mezinárodní lyžařské závody, kterých se účastnili nejlepší závodníci z mnoha zemí Evropy i z USA. Od roku 1954 se tyto závody konaly pravidelněji. V roce 1980 proběhla rekonstrukce lyžařského, běžeckého i skokanského areálu, kde byl vybudován i nejvyšší lyžařský můstek na světě – mamutí můstek K-185 (Flousek, 2007).

- **Charakteristika destinace**

Středisko Harrachov se rozkládá na území Libereckého kraje v oblasti západních Krkonoš. Administrativně je od začátku roku 2021 součástí okresu Jablonec nad Nisou (dříve byl Harrachov součástí okresu Semily) a leží v nadmořské výšce 665 m.n.m. Geograficky či katastrálně lze toto město rozdělit na čtyři části: Mýtiny, Rýžoviště, Nový svět a samotné centrum střediska Harrachov. Město se nachází v údolí řeky Mumlavy

a rozprostírá se na úpatí Čertovy hory (1 021 m.n.m.). Právě na vrcholcích této hory je rozložen i lyžařský areál. Z mezinárodního hlediska je město Harrachov situováno na poměrně významném silničním tahu E 65, který propojuje Českou republiku, Polsko, Slovensko i Maďarsko. Celková rozloha činí 36,63 km² a počet stálých obyvatel k roku 2021 je 1 335. Město je lemováno státní hranicí s Polskem s přechodem Jakuszyce – Szklarska Poręba (místopisy.cz, 2021).

Obrázek 9: Poloha střediska Harrachov



Zdroj: Mapy.cz, 2022

Harrachov je součástí Krkonošského národního parku, což v některých případech vede k potlačení a limitaci možností některých rozvojových záměrů střediska. Na druhou stranu se tím alespoň částečně zachovává přírodní prostředí této destinace, jejíž přírodní podmínky jsou významné z hlediska rozvoje cestovního ruchu, který je zaměřen především na vysokohorskou turistiku či zimní sporty. Samotné město Harrachov spadá do ochranného pásma, které tvoří jakýsi přechod mezi 3. zónou Krkonošského národního parku a volnou krajinou. Bezprostřední okolí centra města se však již řadí do 2. a 3. zóny, kde jsou pravidla pohybu účastníků cestovního ruchu regulována striktněji. Pohyb je tak možný pouze po vyznačených turistických a lyžařských stezkách (krnap.cz, 2018).

Krajinný ráz samotného střediska i jeho okolí je charakterizován hornatou krajinou, výraznými skalními hřebeny, ale i údolními, které byly vytvořeny ledovci. Největším vodním tokem je řeka Mumlava, pramenící na severovýchodním svahu Kotle. Dominantním lesním porostem jsou smrkové monokultury, které zde převažují již od dob hraběte Harracha.

Klimatické podmínky této destinace se vyznačují především nízkým počtem letních dní, přičemž nejteplejším měsícem je červenec. Průměrná roční teplota se zde pohybuje okolo +4,9 °C (krnap.cz, 2020).

Město Harrachov prosazuje své zájmy prostřednictvím několika organizací, mezi které patří například Sdružení obcí Libereckého kraje, spolupráce s mikroregionem Tanvaldsko či spolupráce v rámci Euroregionu Nisa.

Spolupráce v rámci Sdružení obcí Libereckého kraje napomáhá především informovanosti mezi členskými obcemi a koordinaci činností, které přesahují rámec daného území. Dále toto sdružení podporuje tuzemskou i zahraniční spolupráci a pomáhá zajišťovat finanční prostředky vedoucí k realizaci rozvojových projektů (solk.cz, 2019).

Jak již bylo zmíněno, další spolupráce je uskutečňována v rámci mikroregionu Tanvaldsko, který zahrnuje 12 obcí. Mezi tyto obce se řadí Tanvald, Harrachov, Desná, Velké Hamry, Kořenov, Plavy, Zlatá Olešnice, Smržovka, Jiřetín pod Bukovou, Albrechtice v Jizerských horách, Josefův Důl a Zásada. Organizace se podílí především na projektech zaměřených na přeshraniční zimní turistickou nabídku a obecně soustředí své snahy na zkvalitnění nabídky cestovního ruchu v daných destinacích. Dále se taktéž podílí na zkvalitnění infrastruktury cestovního ruchu a na rozšíření i zkvalitnění cyklistických tras vedoucích do sousedního Polska (tanvaldsko.info, 2022).

Následující vybranou organizací, jejímž prostřednictvím prosazuje středisko Harrachov své zájmy, je Euroregion Nisa. V tomto případě se jedná o dobrovolné a zájmové sdružení českých, polských a německých měst či obcí. Primární snahou je vytvoření společného a integrovaného turistického regionu. V rámci této spolupráce bylo například vytvořeno video ukazující nejatraktivnější turistické cíle ve zmiňovaném regionu a taktéž byly vytvořeny turistické mapy s těmito cíli (ern.cz, 2021).

Samostatnou organizací je pak Sdružení pro rozvoj cestovního ruchu v Harrachově. Tato organizace se prioritně zabývá podporou a koordinací aktivit, které se týkají lyžařského areálu a služeb s tímto areálem spojených (harrachov-info.cz, 2019).

Mezi nejvyhledávanější atraktivity cestovního ruchu ve středisku Harrachov se řadí Mumlavský vodopád, který jak již název napovídá, se nachází na vodním toku Mumlavy. Z hydrologického hlediska je považován za nejvodnatější vodopád v Krkonoších, přičemž dosahuje délky 8,5 metru. Jelikož Harrachov a jeho blízké okolí je odjakživa spjato se sklářským průmyslem, tak další významnou atraktivitou střediska je právě sklárna. V provozu je od roku 1712 a je nejstarší fungující sklárnou na našem území. Harrachov je

však vyhledávaným turistickým cílem hlavně díky lyžařskému areálu a možnostem zimních sportů. V bezprostřední blízkosti skiareálu se nachází „chlouba“ Harrachova, tedy Mamutí můstek, který bohužel již není v provozu, a to kvůli nedostatečné modernizaci. Též se zde rozkládají rozlehlé běžkařské tratě (harrachov-info.cz, 2019).

4.2 Lokalizační podmínky cestovního ruchu ve zvolené destinaci

Tato kapitola diplomové práce se zabývá charakteristikou lokalizačních podmínek cestovního ruchu ve středisku Harrachov v západních Krkonoších. K hodnocení potenciálu cestovního ruchu vybrané destinace byla zvolena metoda vybraných kritérií dle Bíny (2002), přičemž jsou lokalizační podmínky zpracovány v souladu právě s touto metodou a slouží ke stanovení potenciálu zkoumané destinace.

- **Přírodní pozoruhodnosti**

Harrachov je součástí Krkonošského národního parku. Jeho posláním je především uchování a zlepšení přírodního prostředí, zejména ochrana či obnova samořídících funkcí přírodních systémů. Neméně důležitými úkoly jsou ochrana volně žijících živočichů a planě rostoucích rostlin, zachování typického vzhledu krajiny a naplňování vědeckých či výchovných cílů. Správa Krkonošského národního parku pak klade důraz na ekologicky udržitelný cestovních ruch v celé oblasti (krnap.cz, 2016).

Mumlavský vodopád je považován za nejunikátnější přírodní pozoruhodnost celého střediska. Nachází se na vodním toku řeky Mumlavy a dosahuje délky 8,5 metru. Je nejvodnatějším a nejmohutnějším vodopádem celých Krkonoš a právoplatně se stal symbolem Harrachova. Na řece Mumlavě, která pramení na úpatí hory Kotel se nachází ještě jedna zajímavost. V řece se tvoří tzv. Čertova oka, což jsou laguny ze žulového podloží, které jsou hluboké až 3 metry. V letních měsících je v těchto lagunách umožněno i koupání (Flousek, 2007).

Nedaleko Mumlavy se nacházejí žulové skály, které jsou vyhledávanou lokalitou horolezců. Lubošské skály jsou jedním ze čtyř míst v celých Krkonoších, kde je horolezectví povoleno (horosvaz.cz, 2021).

Nejvyšším vrcholem střediska Harrachov je Čertova hora. Výrazná dominanta se tyčí téměř nad samotným centrem města a dosahuje výšky 1021 m.n.m. Na vrchol této hory vedou dvě lanové dráhy a byl zde vybudován lyžařský skiareál.

Na jihovýchodním vrcholu Čertovy hory se nachází mohutná skála pojmenovaná po hraběti Johannu von Harrachovi – Janova skála. Turistům je na této skále k dispozici

i vyhlídka, avšak nutno říci, že v posledních letech jsou výhledy do okolí pouze omezené vzhledem k hustému smrkovému porostu, který se nachází všude v bezprostředním okolí Harrachova (harrachov-info.cz, 2019).

- **Pěší a horská turistika**

Středisko Harrachov má velice rozmanité možnosti co se týká pěší i horské turistiky. Vedou odtud kilometry turistických tras i naučných stezek. Krkonošský národní park je v tomto případě ideální lokalitou a není divu, že přitahuje množství milovníků přírody.

Včelí naučná stezka hraběte Harracha je dlouhá přibližně 3,5 kilometru. Začíná přímo na autobusovém nádraží, pokračuje do Rýžoviště a dále vede údolím Ryzího potoka. Nalezneme na ní 11 zastávek, kde se návštěvníci dozví zajímavé informace o životě včel a uvidí i obydlené včelí úly (liberecky-kraj.cz, 2021).

Liščí stezka je určena převážně dětem a nachází se na trase směrem k Mumlavskému vodopádu. Tato naučná stezka má za úkol přiblížit návštěvníkům různé zajímavosti ze života lišek. Děti si na ní mohou taktéž vyzkoušet zábavné úkoly, které jsou spojené s liščím životem (například prolézání uměle vytvořené liščí nory apod.).

Harrachovská naučná stezka měří zhruba 1 kilometr a je na ní postaveno celkem 10 informačních tabulí. Každá z těchto tabulí nese zajímavé informace týkající se buď přímo města Harrachov nebo celých Krkonoš. Stezka přiblíží návštěvníkům historii Harrachova, historii lyžování v Krkonoších, informace o fauně a flóře Krkonoš nebo historii i současnost harrachovského sklářství. Poskytuje fakta o Správě Krkonošského národního parku, ale i báje a pověsti o symbolu a strážci Krkonoš – Krakonošovi (harrachov-info.cz, 2019).

Další oblíbená krátká procházka turistů vede Anenským údolím, kde se nachází i bobová dráha.

Poslední naučná stezka je výrazně delší než zmíněné předchozí. Měří 19 kilometrů a jmenuje se Stezka zaniklých sklářských hutí (někdy nazývána jako Stezka zaniklých sklářů). Začíná v Harrachově u vlakového nádraží, pokračuje do osady Orle v Polsku a končí na Jizerce. Trasa tak turisty provádí třemi osadami, jejichž rozvoj souvisel se sklářskou výrobou. Dále popisuje historii těchto osad i historii a zajímavosti sklářské výroby (liberecky-kraj.cz, 2018).

Co se týče horské nebo vysokohorské turistiky, zajímavých cílů je v blízkosti Harrachova mnoho. Jedním z nejoblíbenějších je Mumlavský vodopád nacházející se ve vzdálenosti asi 2,5 kilometru z centra města. Přibližně kilometr od horní stanice lanovky na Čertově hoře se nachází Janova skála s vyhlídkou. Odtud je možné pokračovat

na Studenov, dále na Ručičky a poté na oblíbené turistické místo – na chatu Dvoračky. Z Dvoraček lze například dojít až na vrcholek Kotle přes Růženčinu zahrádku. Na hřebeny Krkonoš je možné se dostat i údolím Mumlavy k Vosecké boudě, která se tyčí přímo nad městem Harrachov a odtud až do Polska – na vrcholek hory Szrenica. Oblíbeným a z Harrachova dostupným cílem turistů je dále i Pramen Labe nebo Labská bouda (harrachov-info.cz, 2019). V podstatě můžeme říci, že se z Harrachova přes vrcholky Krkonoš lze dostat až na nejvyšší horu Sněžku, jelikož i taková turistická trasa existuje. Je pouze na každém z nás, jak dlouhý pěší výlet chce absolvovat a kolik času je ochoten mu věnovat.

- **Cykloturistika**

I přes to, že terén v Harrachově má horský a tím pádem kopcovitý charakter, je cykloturistika v tomto středisku populární aktivitou. Nutností je dodržovat jízdu pouze po vyznačených cyklostezkách, jelikož mnoho z nich vede i přes chráněná území Krkonošského národního parku. Nejdelší cyklostezkou, která má výchozí bod ve městě Harrachov je páteří cyklostezka vedoucí až do Žacléře. Většina harrachovských cyklotras zahajuje start vyvezením cyklistů lanovkou i s kolem na vrchol Čertovy hory. Odtud se cyklisté nejčastěji vydávají směr Studenov, Ručičky a horská bouda Dvoračky. Dalším oblíbeným cílovým bodem je Vosecká bouda, kam se lze dostat buď cyklostezkou vedoucí kolem Mumlavy nebo přes zmiňované Ručičky. Mezi často využívané cyklotrasy patří Sjezd do kraje zapadlých vlastenců (Harrachov – Rokytnice nad Jizerou – Paseky nad Jizerou a zpět do Harrachova), Za rozhledy Západních Krkonoš (Harrachov – bouda Dvoračky – Rezek a zpět do Harrachova) nebo cyklotrasa Čerťák vedoucí okolo Janovy skály.

Turisté, kteří nechtějí v rámci svých cyklovýletů vysoko do horských oblastí, mohou využít více rovinaté cyklostezky vedoucí do Jizerských hor (například cyklostezka na Smědavu) nebo tzv. Terex, který vede do polské Jakuszyce (harrachovcard.cz, 2021).

- **Sjezdové zimní sporty**

Největším lyžařským areálem je skiareál na Čertově hoře. Vedou zde dvě čtyřsedačkové lanové dráhy. První z nich je lanová dráha Harrachov, též označována jako Delta, kde mají lyžaři k dispozici jednu sjezdovku obtížnosti typu červená. Součástí této sjezdovky je i menší vlek, tzv. Doplik, který zajišťuje i večerní lyžování. Druhá lanová dráha končící na Čertově hoře se nazývá Rýžoviště a je známá i pod pojmem Alfa. Zde mají lyžaři k dispozici tři sjezdovky ve třech různých obtížnostech – modrá, červená i černá.

Další harrachovskou sjezdovkou je Zákoutí, které je vhodné spíše pro začínající lyžaře. Zde se též provozuje večerní lyžování. Lyžaři mohou také využít sjezdovku Amálku, která je součástí hotelu Fit-Fun v Rýžovišti. I na sjezdovce Amálce je provozováno večerní lyžování. Lyžařský areál pro děti s malým vlekem a lyžařskou školou pro nejmenší je provozován ve skiareálu Hilbert (skiareal.com, 2021).

- **Lyžařská turistika**

Možností lyžařské turistiky je ve středisku Harrachov hojné množství. Jsou zde zastoupeny podmínky jak pro běžecké lyžování, tak pro stále více oblíbený skialpinismus.

Co se týče běžeckého lyžování, Harrachov disponuje dvěma závodními běžeckými okruhy, které jsou však přístupné i široké veřejnosti. První se rozkládá u hotelu Ski centrum v celkové délce 7,5km. Druhý běžecký okruh (SKP Kolečko) je určen spíše biatlonistům, jelikož zahrnuje biatlonovou střelnici. Rozprostírá se poblíž vlakového nádraží a dosahuje délky též 7,5km. Běžecké lyžování lze však provozovat samozřejmě i jinde než pouze na těchto okruzích. Jednou z možností je dojet k Mumlavským vodopádům a pokračovat směrem nahoru k Vosecké boudě či na Krakonošovu snídani. Další možností je nechat se vyvést lanovkou na Čertovu horu a odsud pokračovat směr Studenov, poté Ručičky a přes Rýžoviště zpět do Harrachova. Tento okruh lze prodloužit, jestliže se z Ručiček vydáme na horskou boudu Dvoračky. Jak již bylo řečeno, možností je zde opravdu hodně (liberecky-kraj.cz, 2022).

Trasy určené skialpinistům většinou začínají výstupem na Čertovu horu. Odtud je možnost pokračovat na již zmiňovanou boudu Dvoračky a dále například přes Růženčinu zahrádku až na vrchol Kotel. Taktéž je možné stoupat údolím Mumlavy kolem Mumlavského vodopádu na Voseckou boudu. Odtud se dá dojít i na Pramen Labe či Labskou boudu. Harrachov je velice dobrým výchozím bodem pro skialpinistické výlety, jelikož se turisté mohou dostat až na vrcholky Krkonoš (například na již zmiňovaný vrcholek hory Kotel nebo na Zlaté návrší) (skiareal.com, 2021).

- **Vhodnost krajiny pro rekreaci u vody**

V Harrachově je v letních měsících v provozu přírodní koupaliště Zákoutí. V areálu koupaliště mají návštěvníci k dispozici i tenisové kurty, ping pong či minigolf (harrachov-info.cz, 2021).

Další možnost rekreace u vody je využití řeky Mumlavy. Geologickou činností byly v řece vytvořeny „obří hrnce“, jakési laguny, kterým se přezdívá Čertova oka. Největší

laguny dosahují průměru až 6 metrů, přičemž některé dosahují hloubky přes 3 metry. Čertova oka jsou oblíbeným místem turistů, kteří zde v létě využívají příjemně studené vody řeky Mumlavy (treking.cz, 2018).

Nachází se zde i jeden rybník – Černý rybník, též zvaný jako Huťský. Rybník je sice přístupný veřejnosti (mohou zde relaxovat), avšak koupání je zakázáno. Slouží výhradně pro potřeby místních sklářů (harrachov-info.cz, 2019).

- **Rekreace v lesích a na horách**

Středisko Harrachov je ideálním místem pro rekreaci v lesích a samozřejmě i na horách. Je zde členitý charakter a je vhodným výchozím bodem pro jakékoliv výlety právě do hor, kdy je možné dostat se z Harrachova až na samotné vrcholky Krkonoš. Je však také obklopen lesy, kde je možnost houbaření či procházek v rámci naučných stezek. Díky rozmanitému množství přírodních atraktivit a pozoruhodností je samotný Harrachov i jeho bezprostřední okolí protkáno mnoha turistickými, cyklistickými i běžkařskými trasami. Jelikož se středisko nachází v nadmořské výšce 665 m.n.m. a některé turistické trasy vedou opravdu až na vrcholky Krkonoš, je zřejmé, že terén je zde horského charakteru. Harrachov je populární lokalitou co se týče sportu i rekreace, což způsobilo vznik poměrně velkého množství hotelů, penzionů, apartmánů nebo horských chalup k pronájmu. V současné době pak lidé z velkých měst skupují volné pozemky například na loukách a staví zde své soukromé rekreační objekty.

- **Venkovská turistika**

Okolí střediska Harrachov se vyznačuje horskou krajinou s poměrně vysokým podílem lesů. Na základě údajů z roku 2021 je hustota zalidnění ve městě asi 36,45 obyvatel na km², což svědčí spíše o nižší hustotě osídlení. Nejvýznamnějším vodním tokem Harrachova je řeka Mumlava i díky Mumlavským vodopádům.

Aktivity venkovské turistiky jsou velice úzce spojeny například s pěší turistikou, cykloturistikou, hypoturistikou či lyžařskou turistikou (tyto aktivity jsou blíže specifikovány v kapitolách výše). Venkovská turistika nabývá taktéž různých forem, kdy mezi ty nejoblíbenější patří chalupaření, agroturismus či ekoagroturismus. V Harrachově, v klidné části Rýžoviště – na opuštěném místě u lesa, se nachází minifarma s názvem Pension Union. Poskytuje ubytování pouze v několika málo pokojích a hosté se zde mohou v rámci svého pobytu starat o holandské zakrslé kozy, králíky a morčata (farma-harrachov.cz, 2020).

Jak již bylo naznačeno v kapitolách výše, celé blízké okolí Harrachova je protkáno turistickými cestami či naučnými stezkami a tudíž je vhodné i pro venkovskou turistiku. To celé doplňují i tradiční roubené domy, které se nacházejí jak v samotném středisku, tak při turistických trasách.

- **Vodní turistika**

V Harrachově či v jeho bezprostředním okolí se nevyskytuje příliš mnoho vhodných říčních toků k vodní turistice, avšak výjimkou je část řeky Mumlavy a řeka Jizera. Řeka Mumlava je splavná v úseku od mostu nacházejícího se u skokanských můstků až k ústí do řeky Jizery. Řeka Jizera je pak dle dostupných informací splavná téměř celá. Umožněno je plout pouze na plavidlech bez motorového pohonu, což znamená na raftech, kánoích a kajacích. Nástupní i výstupní místa jsou v této oblasti přísně regulovány vzhledem k ochraně místní přírody (knap.cz, 2020).

- **Horolezectví**

Pravidla horolezectví i lezení na ledopádech jsou v celém Krkonošském národním parku poměrně striktní. V podstatě lze říci, že je horolezectví i ledolezectví v oblasti Krkonošského národního parku zakázáno, kromě několika málo lokalit, kde je povoleno. Těmito lokalitami jsou Hnědé skály, Hranostají skály, Emin kámen a Lubošské skály. Co se týče lezení na ledopádech, povolena je pouze jedna oblast – Labský vodopád. Ve středisku Harrachov, respektive cca 2 kilometry od Mumlavského vodopádu se nachází lokalita Lubošských skal, kde je tedy lezení umožněno. Horolezci mají na tyto žulové skály přístup celoročně. Ostatní výše zmíněné lokality se již nenachází v oblasti města Harrachov (horosvaz.cz, 2021).

- **Závěsné létání**

Startovací plocha pro paragliding a závěsné kluzáky se v Harrachově nachází na vrcholu Čertovy hory. Zájemcům je zde nabízen i adrenalinový zážitek v podobě paraglidingu s instruktorem. Provozování těchto aktivit je možné jak v letním, tak v zimním období, avšak v zimě je nutno dbát zvýšené opatrnosti vzhledem k lyžařům a snowboardistům, jelikož na Čertově hoře se nachází i lyžařský areál. Startovací plocha má jasně vymezeny letové koridory a je stanoven provozní řád (paragliding-mapa.cz, 2021).

- **Sportovní myslivost**

Na území Krkonošského národního parku je vymezeno pět vlastních honiteb, přičemž do oblastí Harrachova spadá pouze oblast Prameny Mumlavy. Lovena je zde primárně srnčí zvěř, zvěř vysoká a černá (prase divoké) (knap.cz, 2017). Vzhledem

k velice špatné struktuře informačních webů mysliveckých spolků a sdružení nelze přesně říci ani počet působících mysliveckých skupin.

- **Sportovní rybolov**

V Harrachově se nachází pouze jeden rybník, a to Černý rybník, též uváděný jako Huťský. Ten však slouží výhradně místním sklářům, tedy k výrobě skla (harrachov-info.cz, 2019). Nebyly tak nalezeny žádné zmínky a informace o výskytu rybářského revíru v tomto středisku.

- **Pozorování vodních ptáků**

Zajímavé druhy vodního ptactva ve středisku Harrachov lze pozorovat u řeky Mumlavy. V okolí řeky se vyskytují druhy jako je například skorec vodní a konipas horský. Ve vyšší nadmořské výšce u Vosecké boudy lze pozorovat lindušku horskou. Okolí Vosecké boudy má však další zajímavost v podobě tetřívka obecného, kterému zde byla dokonce vytvořena speciálně chráněná zóna – tzv. klidové území pro účel tokání a rozmnožování. Tetřívek je v oblasti celých Krkonoš velice chráněným druhem (Šťastný a kol., 2021).

- **Kulturně historické památky a soubory**

Město Harrachov a jeho přilehlé okolí je proslulé sklářským průmyslem s dlouhou a bohatou historií. Harrachovská sklárna byla vystavěna na jilemnickém panství hrabat Harrachů a první písemná zmínka o této sklářské huti, nacházející se v části Nový Svět pochází z roku 1712. Předpokládáný vznik harrachovské sklárny však lze přisuzovat ještě dřívějšímu letopočtu, a je proto považována za nejstarší činnou sklárnu v České republice. V současné době patří soukromým majitelům a je známá pod názvem Sklárna Novosad & syn, přičemž je zpřístupněna i široké veřejnosti v rámci exkurzí. Lze si tak prohlédnout tradiční ruční způsob sklářské výroby i unikátní historickou brusírnu skla, která je poháněna transmisemi a vodní turbínou. Výrobky harrachovské sklárny proslavily české sklo na mnohých výstavách. Mezi největší úspěchy se řadí zlatá medaile na Velké výstavě průmyslových prací všech národů, která se konala roku 1851 v Londýně. Následovaly úspěchy v Paříži (1855), Moskvě (1872), Filadelfii (1876) či v Sydney (1879). Mezi současný sortiment sklárny patří užitkové sklo, ale i luxusní nápojové sklo či křišťálové lustry. Velká část výrobků je dnes exportována do USA a Skandinávie (harrachov-glass.com, 2022)

K dalším zajímavým kulturně historickým památkám se řadí i ozubnicová trať, tzv. „Zubačka“, vedoucí z Tanvaldu do střediska Harrachov. Stala se oblíbeným cílem cest pro obdivovatele železnic, vlakových souprav a technických památek, jak z České

republiky, tak z celé Evropy. V roce 1992 byla dokonce vyhlášena Ministerstvem kultury České republiky za kulturní památku. „Zubačka“ je nejstrmější železnicí na našem území a také jedinou funkční, normálně rozchodovou drahou. Na trase dlouhé 12 kilometrů překonává výškový rozdíl 235 metrů s maximálním stoupáním až 58 promile, což je tedy nejvíce v České republice. V provozu je od roku 1902 a je součástí železnice č. 036. V letním období se na této železniční trati pořádají víkendové, nostalgické jízdy historických souprav (harrachov-info.cz, 2019).

Pozornost si jistě zaslouží i kaplička sv. Alžběty, která je postavena v bezprostřední blízkosti harrachovské sklárny. Kaple pochází z 18. století, kdy ji nechala vystavět manželka tehdejšího ředitele sklárny, Anna Elisabeth Mullerová. Po výstavbě kostela sv. Václava v roce 1786 však postupně zaniká a obnovil ji až hrabě Harrach roku 1901. Tato pseudogotická stavba je vysvěcena od roku 1902 a disponuje unikátním skleněným zvonem, který byl samozřejmě odlitý v místní sklárně. Kapličku dále zdobí erby a sochy od známého českého sochaře Antonína Suchardy (turistika.cz, 2018).

Sakrální památkou Harrachova je kostel sv. Václava. První, dřevěný kostel byl vystaven roku 1788 a následně mezi lety 1822-28 byl přestavěn na kostel zděný, který zde stojí doposud. Zajímavostí je částečně skleněný oltář z roku 1864 a cínová křtitelnice z roku 1700 (turistika.cz, 2010).

Lidová architektura se v Krkonoších odráží především v tradičních roubených domech. Harrachovským příkladem je autentická roubenka v části Nový Svět – památník Jiřího Harcuby, což byl významný harrachovský rodák a sklář. Vznikla na konci 18. století jako sklářské obydlí a je typickým příkladem regionální lidové stavby. Uvnitř se nachází historicky vzácná domácí brusičská a rytecká dílna, tvořící jedinečně dochovaný soubor sklářských technologií. Právě díky ní byl dům v roce 1980 zapsán do Ústředního seznamu kulturních památek. Roubenka je návštěvníkům zpřístupněna dvakrát do roka v rámci Dnů lidové architektury a Dnů evropského kulturního dědictví (npu.cz, 2020).

Krkonoše jsou charakteristické nespočtem horských bud. Vosecká bouda se nachází 8 kilometrů od Harrachova a je ideálním cílem pro horskou turistiku, cykloturistiku či lyžařskou turistiku. Nachází se v 1. zóně Krkonošského národního parku a nabízí překrásné výhledy. Přístupová cesta z Harrachova vede kolem Mumlavských vodopádů a údolím říčky Mumlavy. Vosecká bouda se nad Harrachovem tyčí od roku 1743, kdy vznikla jako pouhý seník. Kolem roku 1790 sloužila jako přístřešek pro dřevaře a hospodářské stavení. Pro turistické účely je využívána od roku 1896. V této době zde byla

vybudována turistická cesta, o kterou se zasloužil hrabě Harrach a též několik hostinských pokojů. V minulosti se zde pořádaly oblíbené jízdy na rohačkách (tradiční krkonošské saně) údolím Mumlavy až do Harrachova (kudyznudy.cz, 2020).

Dominantou horského střediska Harrachov jsou proslulé skokanské můstky. Areál pěti můstků (od K30 do K180) byl vybudován na severním svahu Čertovy hory. Nejstarší skokanský můstek pochází z roku 1920, kdy se ještě dnešní Harrachov nazýval Harrachdorf a své panství zde měl hrabě Harrach. Nejvyšším můstkem je můstek mamutí (K180), který sloužil k letům na lyžích a patří k šesti největším můstkům na světě. V letech 1983, 1992, 2002 a 2014 se zde dokonce konalo mistrovství světa v této disciplíně. Velké můstky jsou v dnešní době kvůli technickému stavu již pouhou turistickou atraktivitou, přičemž můstky menší slouží pouze k tréninkovým účelům mladší generace (harrachov-info.cz, 2019).

- **Skanzeny a muzea**

Město Harrachov disponuje hned několika muzei s odlišnými expozicemi. Jedním z nich je muzeum lesnictví a myslivosti – Šindelka. Toto muzeum je situováno v žulové budově s historickou šindelovou střechou, od které je odvozen i název. V této historické budově se dříve vyráběly pravé střešní tašky a v současnosti zde nalezneme stálou lesnickou a mysliveckou expozici. Je zde k vidění proces těžby dřeva i jeho následné zpracování. Druhá část muzea je zaměřena na myslivecké činnosti a povinnosti (region-krkonose.cz, 2019).

Jelikož je Harrachov známým střediskem lyžování, je logické, že se zde nachází i muzeum s lyžařskou expozicí. Ski muzeum nabízí stálou expozici, která mapuje vývoj harrachovského lyžování i místního lyžařského klubu. Návštěvníci si zde mohou prohlédnout přes více než sto let staré „ski“, jak se lyžím v minulých dobách přezdívalo a taktéž historickou skokanskou výstroj. Mezi další pozoruhodnosti se řadí 120 centimetrů vysoký pohár, jenž byl určen pro vítěze mistrovství světa v letech na lyžích v roce 1983. Tento pohár byl vyroben místními skláři. Ski muzeum tedy nabízí komplexní průřez historií od počátku lyžování v Krkonoších v 19. století, až po současnost. K vidění je zde více než 400 různých párů lyží, a to i ze zahraničí (harrachov-info.cz, 2019).

Hornické muzeum a prohlídková štolá nabízejí návštěvníkům ukázky minerálů fluoritových ložisek, nástroje a pomůcky používané při těžbě i mapy a fotografie dokumentující práci na zdejším ložisku. Prohlídková štolá je dlouhá asi 1 kilometr a je vedena typickým prostředím rudného dolu. Návštěvníci tak mají možnost poznat práci v dnes již neexistujících harrachovských dolech (hornicke-muzeum.eu, 2022).

Dalším harrachovským muzeem, které jistě stojí za zmínku, je Muzeum skla. Nachází se v areálu sklárny a nabízí unikátní expozici výroby skla v nejstarší sklárně v Čechách. Obsahuje historicky i technologicky uspořádanou sbírku, která mapuje historii sklářské výroby na Novém Světě. Představuje nejrozšířenější sbírku českého skla vyrobeného v jedné sklárně, přičemž expozice čítá více než 5 000 exponátů (harrachov-info.cz, 2019).

- **Lázeňská funkce**

Ve středisku Harrachov se nacházejí pouze jedny lázně, a to lázně pivní. Nacházejí se v areálu sklárny a minipivovaru Novosad & syn a jsou součástí tohoto pivovaru. Fungují od roku 2007 a v rámci svých procedur využívají léčebnou terapii z nepasterizovaného kvasnicového piva, které samozřejmě pochází z místního pivovaru. Zákazníkům poskytují léčebné, detoxikační, omlazující a další tělu prospěšné procedury (sklarnaharrachov.cz, 2021).

- **Kongresy a konference**

V případě kongresů a konferencí nebyly nalezeny žádné zmínky a informace o konajících se akcích tohoto typu ve středisku Harrachov.

- **Kulturní akce**

Největším festivalem, který se pořádá ve městě Harrachov, je Keltská noc. Jedná se již o tradiční rockový hudební festival odehrávající se v doskočišti mamutího můstku. Je považován za festival s nejhezčím výhledem a je nejvýše položeným festivalem v České republice. Keltskou noc založila kapela Tři Sestry, která je zároveň tradiční skupinou vystupující na této rockové akci. Dále se zde představila například kapela Mig 21, Vypsaná Fixa nebo Horkýže Slíže (keltskanoc.cz, 2021).

V Harrachově se každoročně pořádá i Svatováclavská pouť, která je tradičně zahájena ranní bohoslužbou a je úzce spojena s pečením tradičních, krkonošských koláčů (kudyznudy.cz, 2021).

Pivní slavnosti jsou v Krkonoších jednou z velice tradičních akcí, která je pořádána v každém větším Krkonošském městě. Je tedy logické, že se Pivní slavnosti pořádají i ve středisku Harrachov. Zde je tato událost spojena se slavnostmi sklářskými, přičemž tedy obě akce probíhají zároveň. Místem konání je areál sklárny a pivovaru a událost se koná tradičně v červenci. K dispozici je zde samozřejmě ochutnávka harrachovského piva, ale i ostatních lokálních krkonošských piv. Dále je zde možnost vyzkoušet si práci sklářů a pokusit se vyfouknout si něco pěkného na památku (kudyznudy.cz, 2021).

- **Sportovní akce**

Nejprestižnější a největší závody pořádané v Harrachově byly závody světového poháru ve skocích na lyžích či mistrovství světa v letech na lyžích, u kterých byl využíván Mamutí můstek. Areál velkých, závodních skokanských můstků (K120 a K180) je však v dnešní době ve špatném technickém stavu, a proto zde již není možné pořádat sportovní akce světového formátu. V současné době je po rekonstrukci využíván pouze areál středních a malých můstků (K40, K70 a K90), které slouží především k tréninkům a závodům menších formátů, kterých se účastní například dorostenecké a juniorské kategorie (kudyznudy.cz, 2021).

Harrachov v roce 2021 hostil Mistrovství České republiky v cross country na horských kolech. V této disciplíně se zde pravidelně pořádají závody Nova Cup (mtbs.cz, 2021).

Skialpinismus se v posledních letech dostává do povědomí čím dál tím většího počtu lidí a stává se jakýmsi trendem mezi zimními sporty. V zimní sezóně 2021/22 Harrachov hostil skialpinistický závod s názvem SkiMo Harrachov. Start i cíl je na úpatí Čertovy hory, přičemž trasa je natažena v délce 12 km (csgtriteam.cz, 2021).

Pravidelně v zimě se v Harrachově konají i závody v běžeckém a sjezdovém lyžování. Dále jsou zde pořádány i biatlonové závody, jelikož Harrachov disponuje i malorážkovou střelnicí. Všechny tyto závody jsou však většinou určeny mladším závodníkům, například žactvu nebo dorosteneckým kategoriím, tudíž nejsou tak „prestižní“.

- **Církevní akce**

V Harrachově se konají pouze tradiční bohoslužby v kostele sv. Václava. Mimo těchto bohoslužeb je pořádána pouze Svatováclavská pouť, která je již zmíněna výše. O jiných významných církevních akcích a událostech nebyly nalezeny žádné zmínky.

- **Veletrhy a tematické trhy**

Harrachov každoročně s výjimkou roku 2021 pořádá tematické Vánoční trhy. Konají se v Parku hraběte Harracha. Nacházejí se zde stánky s tradičními krkonošskými produkty, jako jsou například perníkové chaloupky, skleněné vánoční dekorace vyrobené v místní sklárně či skleněné šperky. Trhy jsou doprovázeny kulturním programem v podobě pěveckého sboru (hory-krkonose.cz, 2022).

Jak již bylo několikrát zmíněno, Harrachov je proslulý svou sklářskou výrobou. I proto se zde pořádá tzv. „Crystal market“, což je v podstatě farmářský trh, který je převážně zaměřen na prodej skleněných produktů, které byly vyrobeny v místní sklárně. V rámci

tohoto trhu se však prodávají i jiné místní produkty, konkrétně například domácí medy, pečené čaje nebo domácí šťávy (sklarnaharrachov.cz, 2020).

- **Místní produkty**

Místním a oblíbeným produktem Harrachova je jistě pivo, které se váže k lokálnímu pivovaru, jenž se nachází v části Nový Svět v areálu sklárny. Kvasnicové pivo je unikátní díky jeho chuti a je považováno za velice kvalitní. Pro jeho výrobu jsou nezbytné tradiční přírodní suroviny (slad a chmel) a je využívána vlastní voda, která pochází z více než sto let staré horské studny. Místní pivo má blahodárné účinky, a je proto používáno v rámci pivních lázní, které jsou součástí pivovaru. Pivní lázně byly již detailněji popsány výše. Harrachovský pivovar produkuje dva druhy světlého piva – světlý František 12 % a Huťská 8 % a jeden druh piva černého – Čerták 12 %. Veškeré druhy piva jsou nabízeny na harrachovských Pivních slavnostech, které již byly taktéž popsány v kapitole výše. (harrachov-info.cz, 2020).

Mezi významné místní produkty se samozřejmě řadí i výrobky z harrachovské sklárny. Ty získaly v minulosti věhlas na světových výstavách a v dnešní době jsou exportovány i do USA či Skandinávie. Pravidelně se tak v Harrachově pořádají Pivní a sklářské slavnosti a také Crystal market, kde jsou skleněné produkty představovány a je možnost jejich zakoupení. Veškeré podrobnější informace o sklárně a proslulých skleněných produktech jsou již zmíněné v kapitolách výše.

- **Příhraniční specifika**

V bezprostřední blízkosti Harrachova se nachází hraniční přechod do Polska, konkrétně do Jakuszyce. Polské obyvatelstvo tedy tvoří velice důležitou složku turistů, kteří Harrachov navštěvují především v zimních měsících. V podstatě lze říci, že cestovní ruch v Harrachově je z velké části závislý právě na polské klientele. Bína (2002) však v tomto bodě metody pracuje výhradně s německou a rakouskou hranicí a se souvisejícím přílivem turistů, kteří cestují za nižšími cenami. Hraniční přechod do Polska tak není signifikantní.

4.2.1 Vyhodnocení lokalizačních podmínek sledované destinace

Na základě vyhodnocení analyzovaných kategorií je potenciál cestovního ruchu ve středisku Harrachov stanoven na 294 bodů, což destinaci řadí do zóny výjimečného potenciálu cestovního ruchu. Vyhodnocení lokalizačních podmínek je zpracováno v tabulce níže.

Tabulka 3: Vyhodnocení lokalizačních podmínek střediska Harrachov

Složka potenciálu cestovního ruchu	Počet bodů pro kladný stupeň lokalizačních podmínek		
	1	2	3
Přírodní pozoruhodnosti			45
Vhodnost krajiny pro pěší a horskou turistiku			15
Vhodnost krajiny pro cykloturistiku			20
Vhodnost krajiny pro sjezdové zimní sporty			30
Vhodnost krajiny pro lyžařskou turistiku			10
Vhodnost krajiny pro rekreaci u vody	10		
Vhodnost krajiny pro rekreaci typu les/hory			20
Vhodnost krajiny pro venkovskou turistiku		7	
Vhodnost krajiny pro vodní turistiku	3		
Vhodnost krajiny pro horolezectví		2	
Vhodnost krajiny pro závěsné létání		2	
Vhodnost krajiny pro sportovní myslivost		2	
Vhodnost krajiny pro sportovní rybolov		-	
Vhodnost krajiny pro pozorování vodních ptáků		1	
Kulturně historické památky a soubory		25	
Skanzemy a muzea		15	
Lázeňské funkce		15	
Kongresy a konference	-	-	-
Kulturní akce		20	
Sportovní akce			20
Církevní akce	2		
Veletrhy a tématické trhy	5		
Místní produkty			25
Příhraniční specifika	-	-	-
Součet		294	

Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

4.3 Dotazníkové šetření

V rámci zpracování další části diplomové práce bylo provedeno kvantitativní dotazníkové šetření. Cílovou skupinu tvořili obyvatelé České republiky, kteří již dosáhli věku 15 let. Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit celkové povědomí o destinaci Harrachov u lidí, kteří již středisko navštívili, ale též u potenciálních návštěvníků. Sběr dat probíhal převážně v měsících říjnu a listopadu roku 2021, přičemž celkový počet respondentů je 344. Dotazníkové šetření bylo provedeno elektronickou formou prostřednictvím platformy Vyplňto.cz a byly zde obsaženy otázky otevřené, polouzavřené i zcela uzavřené. Veškerá data byla zpracována formou grafů a tabulek, které byly následně

popsány a komentovány. Na závěr dotazníku byly umístěny identifikační otázky, které napomohly vymezit socio-demografické charakteristiky vzorku respondentů. Dotazník lze najít v příloze č. 1.

- **Návštěva destinace**

Hned první otázka dotazníku měla důležitý význam. Rozdělila respondenty na pomyslné tři skupiny. První skupinu tvoří ti, kteří již středisko Harrachov navštívili, druhou ti, co zatím středisko nenavštívili, ale v budoucnu to plánují (přesměrování na otázku č. 12) a třetí skupinu respondentů tvoří lidé, kteří nemají o návštěvu Harrachova zájem. Respondenti nezajímající se o návštěvu střediska byli přesměrováni na otázku, jaké jsou důvody tohoto nezájmu (otázka č. 15).

Z celkového počtu 344 respondentů navštívilo destinaci 247 lidí (71,8 %), 62 respondentů (18,02 %) projevilo zájem o navštívení destinace v budoucnu a pouze 35 osob (10,17 %) vyjádřilo svůj nezájem o návštěvu střediska Harrachov.

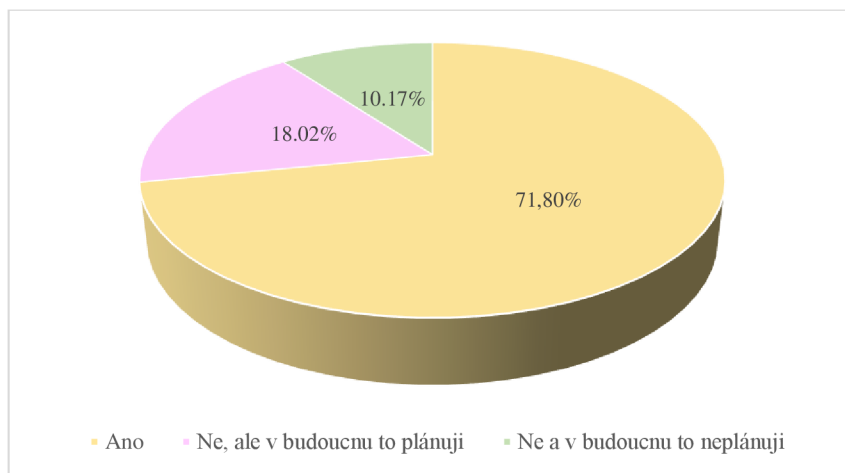
Otázka č. 1: Navštívili jste někdy středisko Harrachov?

Tabulka 4: Návštěva destinace

Odpověď	Absolutně	Relativně
Ano	247	71,80%
Ne, ale v budoucnu to plánuji	62	18,02%
Ne a v budoucnu to neplánuji	35	10,17%
Celkem	344	100%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 1: Návštěva destinace



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Informace o destinaci**

Tato otázka byla zaměřena na zdroje, ze kterých lidé, respektive respondenti získávají informace o dané destinaci. V rámci této otázky bylo možné zvolit až tři odpovědi. Nejčastěji získávají účastníci šetření informace o destinaci od kamarádů, rodiny a známých (v 41,7 % případů, což činí 103 dotazovaných). Druhou nejčastější odpovědí respondentů je fakt, že žijí v okolí střediska Harrachov (30,77 %, tedy 76 respondentů). Třetí nejčastější odpovědí je získávání informací prostřednictvím sociálních sítí (30,36 %, což činí 75 respondentů). Byla zde možnost vyplnit i vlastní odpověď, kterou využilo 47 respondentů (přičemž nejčastěji se vyskytovanou odpovědí je, že respondenti znají středisko Harrachov díky obecnému povědomí).

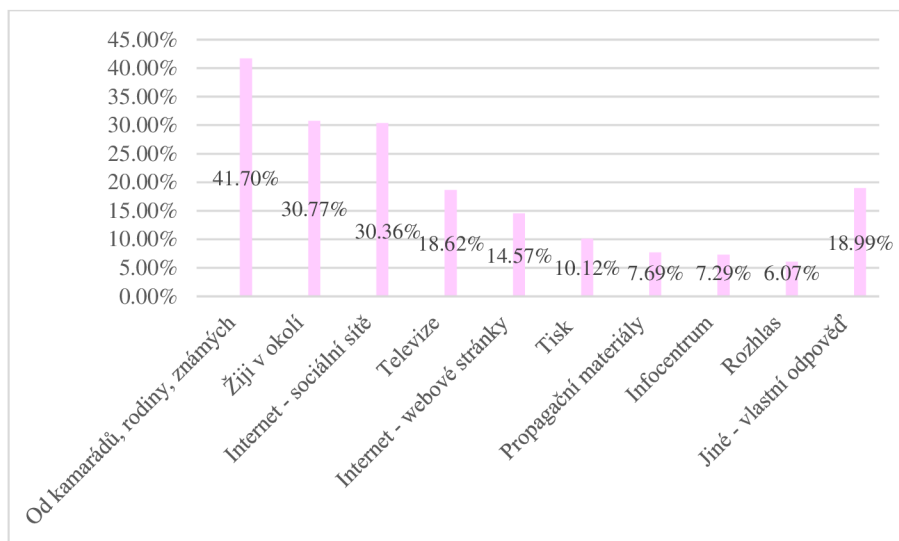
Otázka č. 2: Jakým způsobem jste získal/a o tomto středisku informace?

Tabulka 5: Informace o destinaci

Odpověď	Absolutně	Relativně
Od kamarádů, rodiny, známých	103	41,70%
Žijí v okolí střediska Harrachov	76	30,77%
Internet – sociální sítě	75	30,36%
Televize	46	18,62%
Internet – webové stránky	36	14,57%
Tisk (časopisy, noviny, cestopisy)	25	10,12%
Propagační materiály	19	7,69%
Infocentrum	18	7,29%
Rozhlas	15	6,07%
Jiné – Vlastní odpověď	47	18,99%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 2: Informace o destinaci



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Četnost návštěv střediska Harrachov**

Otázka č. 3 je zaměřena na zjištění četnosti návštěv u respondentů, kteří již někdy středisko Harrachov navštívili. Návratnost turistů do dané destinace je velice důležitým ukazatelem. Největší počet respondentů odpověděl, že destinaci navštívili více než 2-3krát (54, 25 %, tedy 134 respondentů). 21,05 % (52 dotazovaných) středisko navštívili 2-3krát a pouze jednou ho navštívilo 61 lidí (24,7 %).

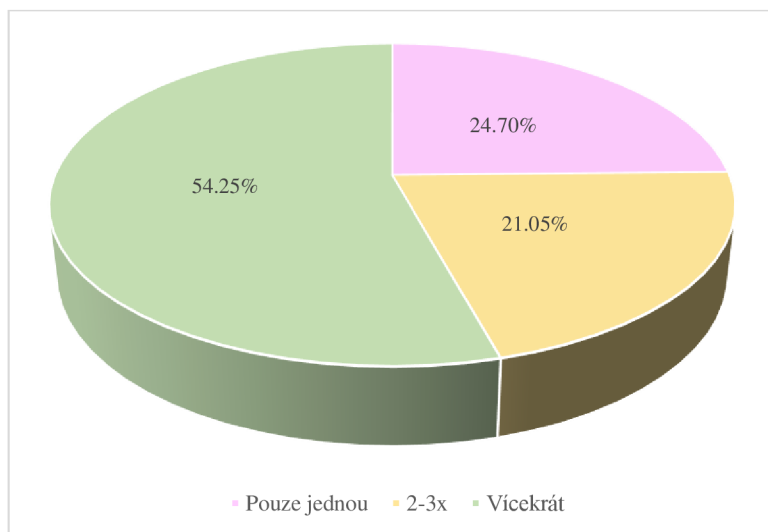
Otázka č.3: Kolikrát jste středisko Harrachov navštívil/a?

Tabulka 6: Četnost návštěv střediska Harrachov

Odpověď	Absolutní	Relativní
Pouze jednou	61	24,70%
2-3x	52	21,05%
Vícekrát	134	54,25%
Celkem	247	100,00%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 3: Četnost návštěv střediska Harrachov



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Délka pobytu v lokalitě**

Počet strávených nocí v lokalitě je též důležitým ukazatelem, který pomáhá přizpůsobení nabídky a služeb cestovního ruchu v destinaci. Otázka byla určena pouze respondentům, kteří již Harrachov navštívili. Nejvíce respondentů (44,13 %, tedy 109 lidí) uvedlo, že v destinaci strávili pouze jeden den bez přenocování a byli automaticky přesměrováni na otázku č. 6 tak, aby byla přeskočena otázka týkající se jejich ubytování. 3 až 4 noci strávilo ve středisku 19,84 % (49 dotazovaných) a 1 až 2 noci pak 16,19 % (což činí 40 osob). 5 až 6 nocí ve středisku strávilo 12,56 % (31 osob) a 7 a více nocí pouze 18 účastníků dotazníku, tedy 7,29 %.

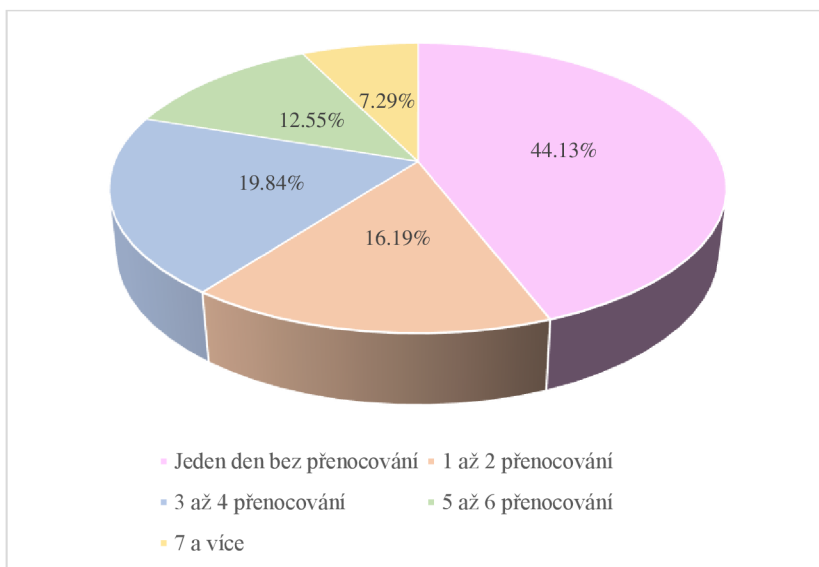
Otázka č. 4: Jaká byla délka Vašeho pobytu v destinaci?

Tabulka 7: Délka pobytu v lokalitě

Odpověď	Absolutně	Relativně
Jeden den bez přenocování	109	44,13%
1 až 2 přenocování	40	16,19%
3 až 4 přenocování	49	19,84%
5 až 6 přenocování	31	12,55%
7 a více přenocování	18	7,29%
Celkem	247	100,00%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 4: Délka pobytu v lokalitě



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Volba ubytovacího zařízení**

Volbou ubytovacího zařízení se zabíraly dvě otázky. Otázka č. 5 byla mířena na respondenty, kteří již středisko navštívili, a tázala se, jaký typ ubytovacího zařízení zvolili. Otázka č. 13 pak byla určena pro potenciální návštěvníky, kteří návštěvu Harrachova plánují v budoucnosti. Zde byli respondenti tázáni, jaký typ ubytování by případně při své návštěvě zvolili.

U turistů, kteří již ve středisku byli, převažuje ubytování v penzionech (30,43 %, 42 osob) a následuje ubytování v hotelu (29,71 %, 41 osob). U odpovědí potenciálních návštěvníků převládá ubytování v apartmánech (32,26 %, což je 20 osob) a následuje ubytování v penzionu (27,42 %, tedy 17 osob). Nejmenší zájem u obou skupin je o ubytování v hostelu a na ubytovně.

Otázka č. 5: Jaký typ ubytování jste ve středisku Harrachov využil/a? (již navštívili)

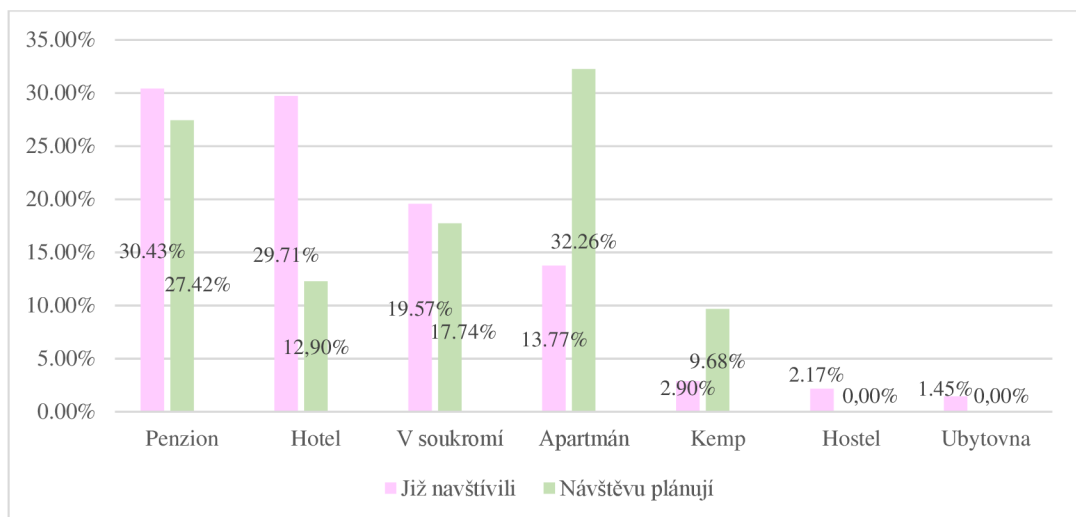
Otázka č. 13: Jaký typ ubytování byste zvolil/a? (návštěvu plánují)

Tabulka 8: Volba ubytovacího zařízení

Odpověď	Již navštívili		Návštěvu plánují	
	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně
Penzion	42	30,43%	17	27,42%
Hotel	41	29,71%	8	12,90%
Ubytování v soukromí	27	19,57%	11	17,74%
Apartmán	19	13,77%	20	32,26%
Kemp	4	2,90%	6	9,68%
Hostel	3	2,17%	0	0,00%
Ubytovna	2	1,45%	0	0,00%
Celkem	138	100,00%	62	100,00%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 5: Volba ubytovacího zařízení



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Způsob dopravy do destinace**

Otázka týkající se způsobu dopravy do zkoumané destinace byla taktéž položena skupině turistů, kteří již středisko navštívili (otázka č. 6), ale i skupině potenciálních návštěvníků (otázka č. 12). Nejvíce turistů využilo na své cestě do střediska Harrachov osobní automobil (77,73 %, tedy 192 dotazovaných) a poté autobus (10,12 %, tedy 25 osob). Prostřednictvím vlakové dopravy se do Harrachova dopravilo 6 osob (2,43 %). Nejméně dotazovaných pak využilo karavan (pouze 1 dotazovaný, což činí 0,4 %). Osobní automobil byl nejčastější odpovědí i u skupiny dotazovaných, která návštěvu střediska plánuje v budoucnu (66,13 %, což je 41 osob). Autobus by využilo 10 osob (16,13 %) a vlak 7 (11,29 %).

Otázka č. 6: Jakým způsobem jste se do destinace dopravil/a? (již navštívili)

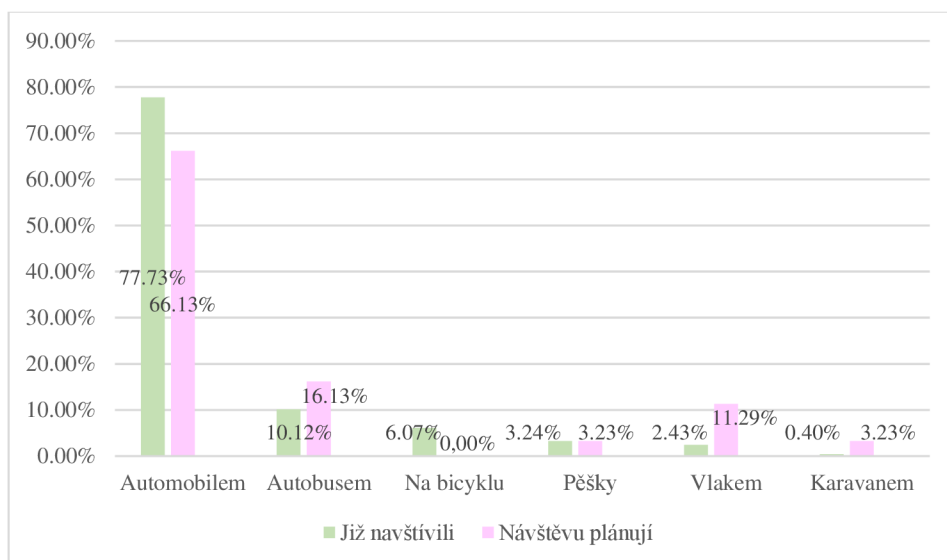
Otázka č. 12: Jakým způsobem byste se do destinace plánoval/a dopravit? (návštěvu plánují)

Tabulka 9: Způsob dopravy do destinace

Odpověď	Již navštívili		Návštěvu plánují	
	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně
Automobilem	192	77,73%	41	66,13%
Autobusem	25	10,12%	10	16,13%
Na bicyklu	15	6,07%	0	0,00%
Pěšky	8	3,24%	2	3,23%
Vlakem	6	2,43%	7	11,29%
Karavanem	1	0,40%	2	3,23%
Celkem	247	100,00%	62	100,00%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 6: Způsob dopravy do destinace



Zdroj: vlastní šetření, 2022

- **Způsob stravování**

Otázka č. 7 se zaměřila na způsob, jakým se turisté ve středisku Harrachov v průběhu své návštěvy stravovali. Tato otázka byla položena pouze osobám, kteří již danou destinaci navštívili, přičemž potenciálním návštěvníkům tedy položena nebyla. Respondenti zde měli možnost vybrat až tři varianty stravování, které preferovali. Nejčastější odpovědi účastníků šetření bylo využití místních restaurací – 136 respondentů (55,06 %). 43,72 % dotazovaných (108 osob) využilo vlastního stravování a 33,6 % (83 osob) se stravovalo formou rychlého občerstvení. Nejméně osob preferovalo all inclusive, které je nabízeno v rámci hotelového ubytování (pouze 4 respondenti – 1,62 %).

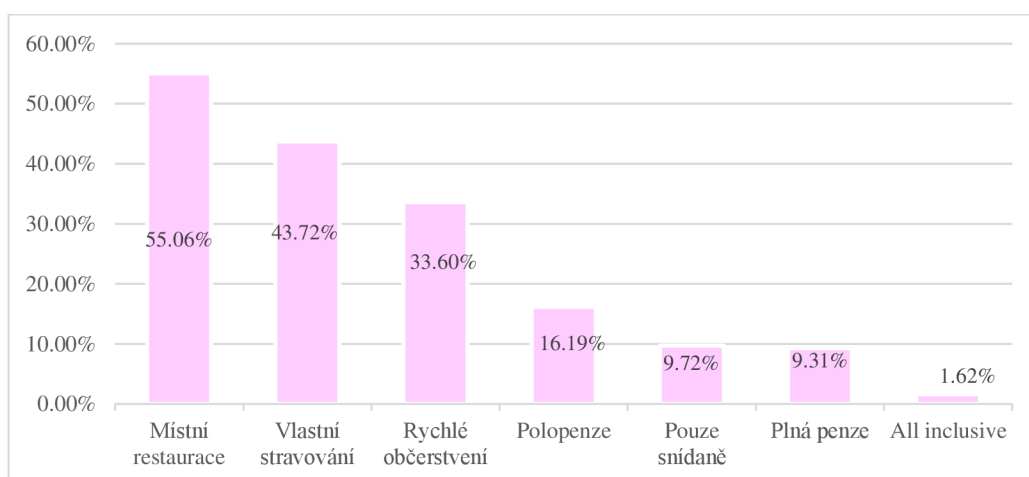
Otázka č. 7: Jaký typ stravování jste ve středisku Harrachov využili?

Tabulka 10: Způsob stravování

Odpověď	Absolutně	Relativně
Místní restaurace	136	55,06%
Vlastní stravování	108	43,72%
Rychlé občerstvení	83	33,60%
Polopenze	40	16,19%
Pouze snídaně	24	9,72%
Plná penze	23	9,31%
All inclusive	4	1,62%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 7: Způsob stravování



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Důvod návštěvy dané destinace**

Otázka č. 8 zjišťovala důvody návštěvy města Harrachov, čímž měla přiblížit o jaké aktivity a atraktivity cestovního ruchu je v destinaci zájem. Byla položena pouze respondentům, kteří ve středisku již byli, a zkoumala motivaci jejich příjezdu. Získané informace slouží jako podklad k případnému zlepšení služeb a atraktivit. Otázka však nebyla zaměřena na důvody návštěvy osob, které mají zájem do střediska zavítat v budoucnu. Účastníci šetření zde mohli zvolit až tři odpovědi a byl zde prostor pro uvedení vlastní odpovědi. Suverénně nejvíce lidí zvolilo jako důvod své návštěvy turistiku, sport a přírodu (87,04 %, tedy 215 respondentů). Rekreační a odpočinek preferovalo 99 osob (40,08 %) a třetím nejčastějším důvodem návštěvy zmiňované destinace byly kulturní akce (13,77 %, což činí 34 dotazovaných). Možnost vlastní odpovědi využilo pouze 12 lidí a převážně uvedli důvod závody a sportovní soustředění, což však souvisí s první nabízenou možností, kterou je turistika, sport a příroda.

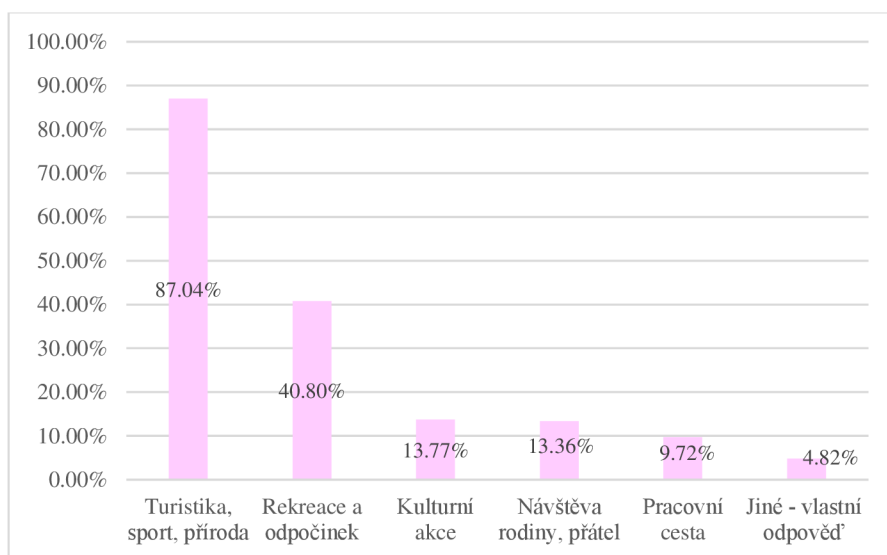
Otázka č. 8: Jaké byly Vaše důvody pobytu ve středisku Harrachov?

Tabulka 11: Důvod návštěvy destinace

Odpověď	Absolutní	Relativní
Turistika, sport, příroda	215	87,04%
Rekreace a odpočinek	99	40,80%
Kulturní akce	34	13,77%
Návštěva rodiny, přátel	33	13,36%
Pracovní cesta	24	9,72%
Jiné – vlastní odpověď	12	4,82%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 8: Důvod návštěvy destinace



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Doprovod při návštěvě destinace**

Skutečnost s kým lidé do střediska Harrachov nejčastěji přijíždějí, zkoumala otázka č. 9. Otázka č. 14 zkoumala to samé, ale u osob, které v dotazníku uvedli, že návštěvu Harrachova plánují do budoucna. Nejvíce lidí navštívilo Harrachov se svou rodinou (47,37 %, což je 117 osob). 65 dotazovaných uvedlo, že středisko navštívili s přáteli (26,32 %) a 54 osob cestovalo s partnerem/partnerkou (21,86 %). Pouze 11 respondentů uvedlo, že do Harrachova cestovali sami (4,45 %).

Co se týče potenciálních návštěvníků, ti by cestovali nejčastěji s partnerem/partnerkou (46,77 %, tedy 29 respondentů) a poté s rodinou (25,81 %, což je 16 dotazovaných).

Otázka č. 9: S kým jste dané středisko navštívil/a? (již navštívili)

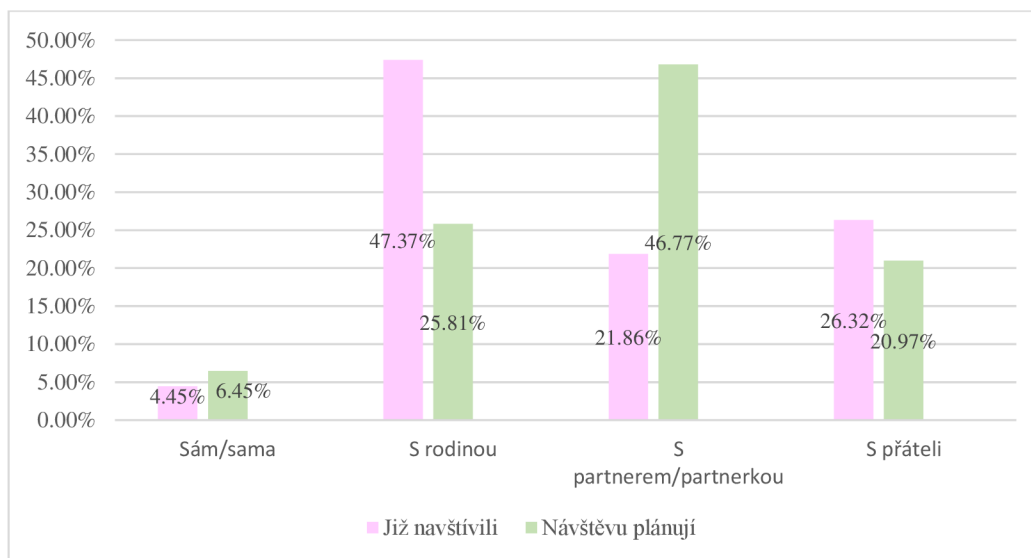
Otázka č. 14: S kým byste pravděpodobně středisko Harrachov navštívil/a? (návštěvu plánují)

Tabulka 12: Doprovod při návštěvě destinace

Odpověď	Již navštívili		Návštěvu plánují	
	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně
Sám/sama	11	4,45%	4	6,45%
S rodinou	117	47,37%	16	25,81%
S partnerem/partnerkou	54	21,86%	29	46,77%
S přáteli	65	26,32%	13	20,97%
Celkem	247	100,00%	62	100,00%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 9: Doprovod při návštěvě destinace



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Nejzajímavější atraktivity cestovního ruchu**

Otázka č. 10 se zabírala tím, co návštěvníky zaujalo v daném středisku nejvíce. Informace získané z této otázky jsou velice důležité, jelikož poskytují komplexní obraz toho, co turisté považují za největší atraktivity. Tato otázka tedy byla položena pouze osobám, které Harrachov reálně navštívili. Respondenti zde neměli žádnou možnost výběru odpovědi, jelikož tato otázka byla zcela otevřená a byla zde možnost vepsat i více odpovědí jedním dotazovaným. Nejčastěji napsanou odpovědí byly Mumlavské vodopády, které uvedlo 192 respondentů (77,3 %). Častou odpovědí pak byla příroda a hory (117 respondentů, 47,37 %), lyžování a kvalitní lyžařské podmínky (103 respondentů, 41,7 %), Sklárna (61 respondentů, 24,7 %) a Keltská noc (54 respondentů, 21,86 %). Mezi další hojně

vyskytované odpovědi patří návštěva Ski muzea, cyklovýlety i výlety na koloběžkách a Mamutí můstek. Respondenti také často zmiňovali návštěvu Šindelky nebo bobové dráhy.

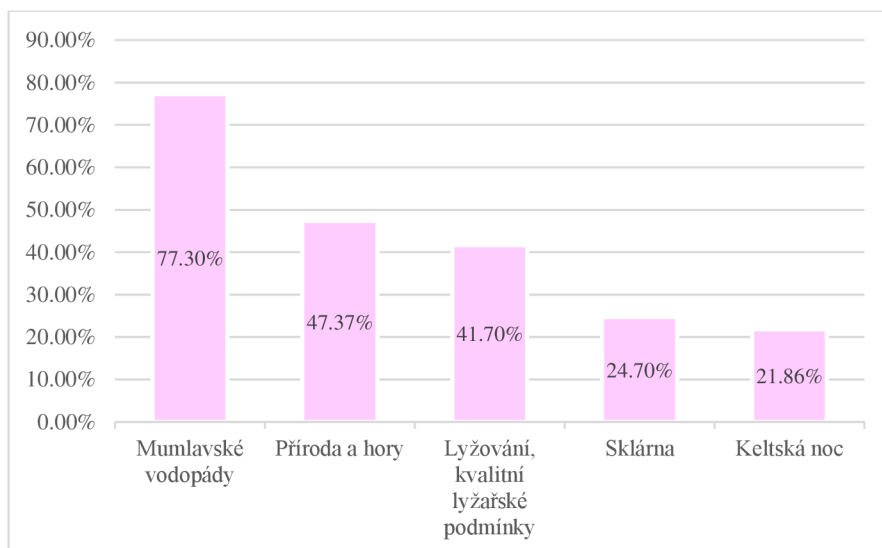
Otázka č. 10: Co Vás ve středisku nejvíce zaujalo?

Tabulka 13: Nejzajímavější atraktivity cestovního ruchu ve středisku

Odpověď	Absolutní	Relativní
Mumlavské vodopády	192	77,30%
Příroda a hory	117	47,37%
Lyžování, kvalitní lyžařské podmínky	103	41,70%
Sklárna	61	24,70%
Keltská noc	54	21,86%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 10: Nejzajímavější atraktivity cestovního ruchu ve středisku



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Atraktivita destinace**

Otázka č. 11 zjišťovala, jak atraktivní destinací je pro návštěvníky středisko Harrachov. Byla tedy pokládána pouze účastníkům dotazování, kteří danou destinaci navštívili. Tito respondenti byli následně přesměrováni na otázku č. 17. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že 205 respondentů (83 %) považuje středisko Harrachov za atraktivní destinaci. 32 osob (12,96 %) uvedlo, že nedokáže atraktivitu destinace posoudit, jelikož o tom nepřemýšleli a pouze 10 osob (4,05 %) si myslí, že dané středisko atraktivní není.

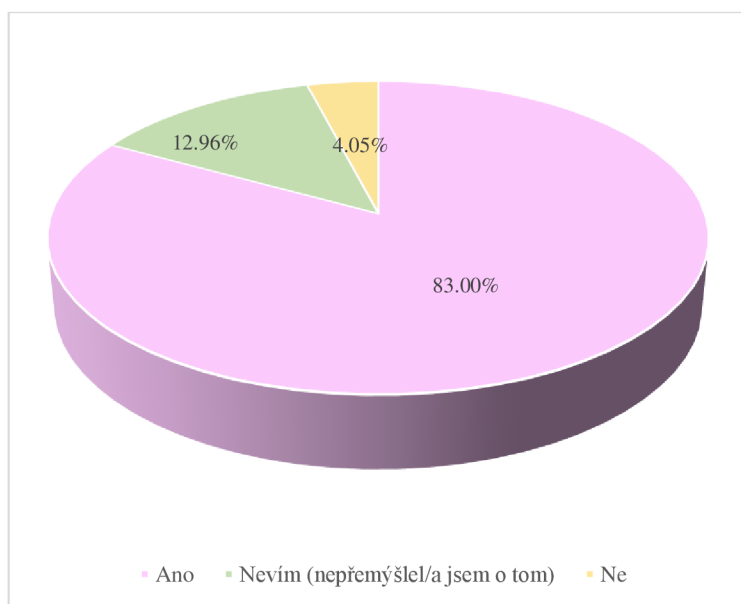
Otázka č. 11: Je dle Vašeho názoru středisko Harrachov atraktivní turistickou destinací?

Tabulka 14: Atraktivita destinace

Odpověď	Absolutní	Relativní
Ano	205	83%
Nevím (nepřemýšlel/a jsem o tom)	32	12,96%
Ne	10	4,05%
Celkem	247	100,00%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 11: Atraktivita destinace



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Důvod nezájmu o danou destinaci**

Respondenti, kteří již u první otázky dotazníku zodpověděli, že nemají zájem o navštívení střediska Harrachov, byli automaticky přesměrováni k otázce č. 15. Zde bylo zjišťováno, jaké jsou důvody jejich nezájmu o tuto destinaci, přičemž mohli zvolit až tři odpovědi. Nejčastější odpovědí byl nezájem o dovolenou v tuzemsku, kterou uvedlo celkem 19 dotazovaných (54,29 %). 18 respondentů (51,43 %) uvedlo, že původ jejich nezájmu pramení z přesvědčení, že středisko není dostatečně atraktivní destinací. Celkem 12 lidí (34,29 %) nemá zájem o rekreaci v horských oblastech a 9 osob (25,71 %) uvedlo nedostatek atraktivit a služeb. Respondenti zde měli možnost uvést jinou – vlastní odpověď, avšak tu překvapivě nikdo nevyužil.

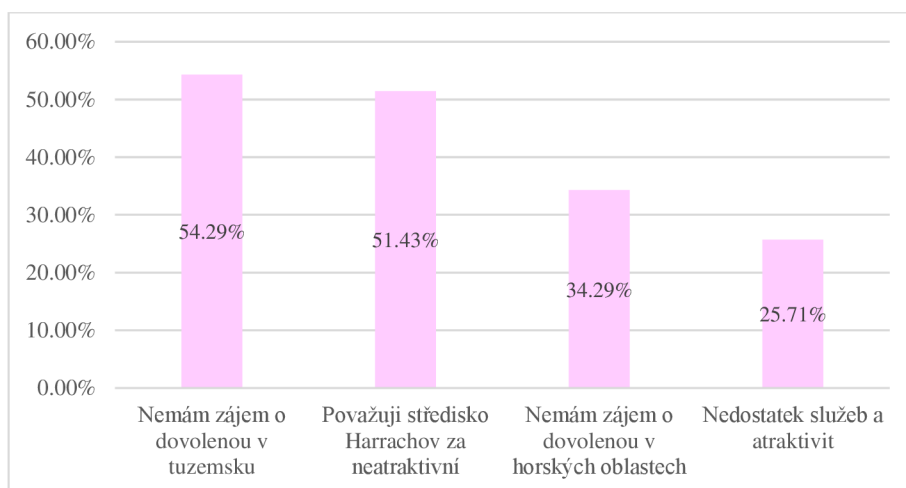
Otázka č. 15: Jaké jsou Vaše důvody nezájmu o tuto destinaci?

Tabulka 15: Důvod nezájmu o tuto destinaci

Odpověď	Absolutně	Relativně
Nemám zájem o dovolenou v tuzemsku	19	54,29%
Považují středisko Harrachov za neatraktivní	18	51,43%
Nemám zájem o dovolenou v horských oblastech	12	34,29%
Nedostatek služeb a atraktivit	9	25,71%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 12: Důvod nezájmu o tuto destinaci



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Změna přesvědčení respondentů**

Otázka č. 16 plynule navazuje na otázku předchozí. Zjišťovala, jaké atraktivity či služby by dokázaly přesvědčit respondenty, kteří nemají zájem středisko navštívit, o změně jejich názoru. Na základě odpovědí je možné vyhodnotit, co je třeba ve středisku zlepšit, a tím docílit kvalitnější nabídky. Otázka byla otevřená a účastníci šetření měli možnost napsat i více odpovědí, přičemž tedy byla položena pouze osobám, kteří již v první otázce uvedli, že nemají zájem o návštěvu destinace ani v budoucnu. Nejvíce respondentů uvedlo, že by je bohužel nepřesvědčilo nic, jelikož nepreferují dovolenou v horských oblastech (42,86 %, tedy 15 respondentů). 8 osob uvedlo odpověď v tom smyslu, že se v Harrachově nachází málo sjezdovek a podmínky na lyžování tak pro ně nejsou dostatečně kvalitní (22,86 %). Shodnému počtu osob ve středisku chybí například aquapark či wellness. 3 respondenti (8,57 %) by uvažovali o návštěvě, pokud by se zrekonstruoval Mamutí můstek a pouze jeden respondent (2,86 %) uvedl nedostatečný noční život.

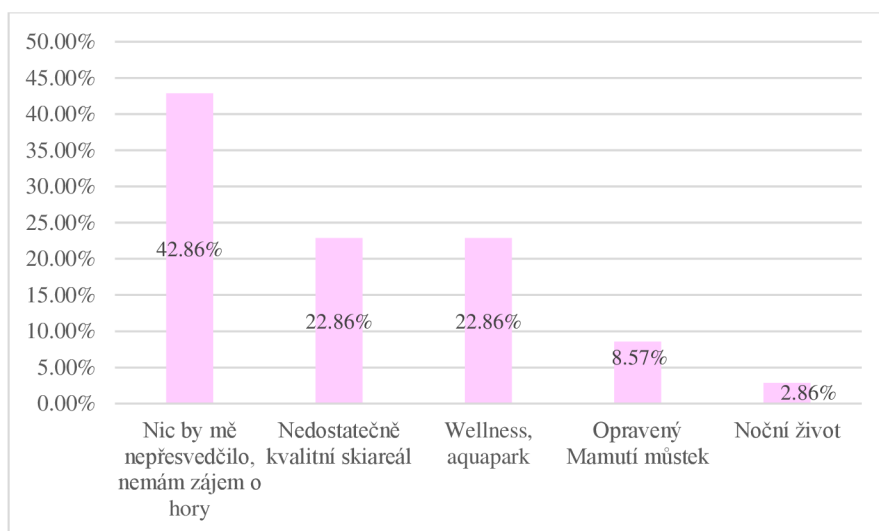
Otázka č. 16: Jaké atraktivity či služby by Vás přesvědčily k návštěvě střediska Harrachov?

Tabulka 16: Změna přesvědčení respondentů

Odpověď	Absolutně	Relativně
Nic by mě nepřesvědčilo, nemám zájem o hory	15	42,86%
Nedostatečně kvalitní skiareál	8	22,86%
Wellness, aquapark	8	22,86%
Opravené můstky	3	8,57%
Noční život	1	2,86%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 13: Změna přesvědčení respondentů



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Informace o cestování**

Otázka č. 17 již byla společná pro všechny účastníky dotazníkového šetření, stejně jako otázka první. Zkoumala, jak a kde lidé nejčastěji získávají informace o tom, kde stráví svůj volný čas či dovolenou. V rámci této otázky tedy bylo zjištěno, odkud lidé berou inspiraci navštívit určité, jimi vybrané destinace. Účastníci šetření zde mohli zvolit až tři odpovědi a byla zde poskytnuta možnost i pro vepsání své vlastní responze. Největší počet lidí získává tyto informace prostřednictvím sociálních sítí (223 respondentů, 64,83 %) a následně díky kamarádům, rodině a známým (195 respondentů, 56,69 %). 149 osob, tedy 43,31 % získává informace na internetu (na webových stránkách. Možnost vlastní odpovědi využilo pouze 17 osob, přičemž 16 (4,65 %) z nich uvedlo jako zdroj informací podcasty o cestování. Odpověď zbylé jedné osoby (0,29 %) byla zcela irelevantní a nemístná.

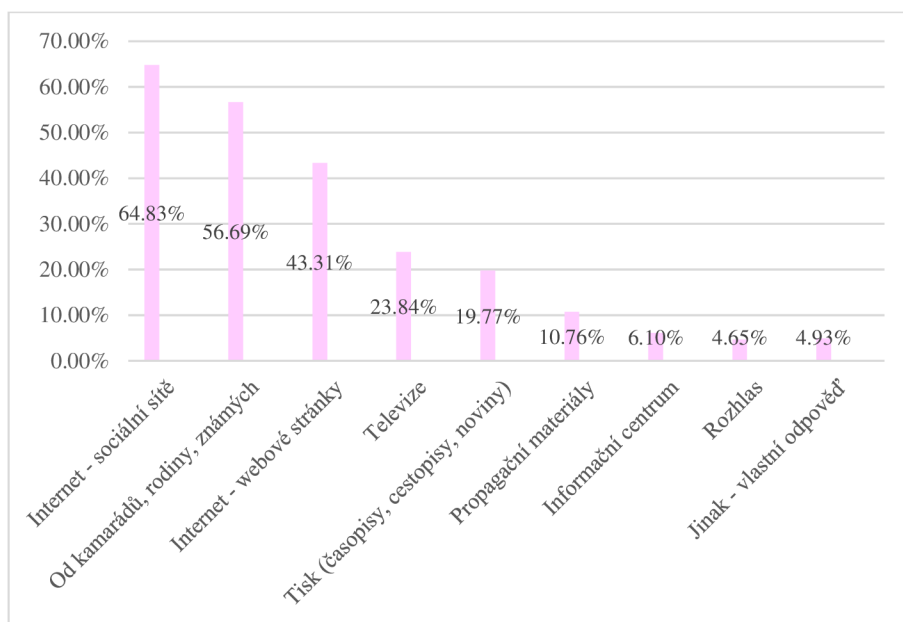
Otázka č. 17: Kde obecně získáváte informace ohledně cestování?

Tabulka 17: Informace o cestování

Odpověď	Absolutně	Relativně
Internet – sociální sítě	223	64,83%
Od kamarádů, rodiny, známých	195	56,69%
Internet – webové stránky	149	43,31%
Televize	82	23,84%
Tisk (časopisy, cestopisy, noviny)	68	19,77%
Propagační materiály	37	10,76%
Infocentrum	21	6,10%
Rozhlas	16	4,65%
Jiné – Vlastní odpověď	17	4,93%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 14: Informace o cestování



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Preference dovolené**

Otázka č. 18 se týkala preference respondentů v rámci trávení dovolené a byla položena všem účastníkům šetření. V této otázce bylo zjišťováno, zda účastníci šetření dávají přednost dovolené v zahraničí nebo v tuzemsku. Byla také možnost vybrat variantu obojího. Nejvíce lidí (44,19 %, tedy 152 respondentů) odpovědělo, že preference nemá, tudíž rád tráví dovolenou jak v zahraničí, tak v tuzemsku.

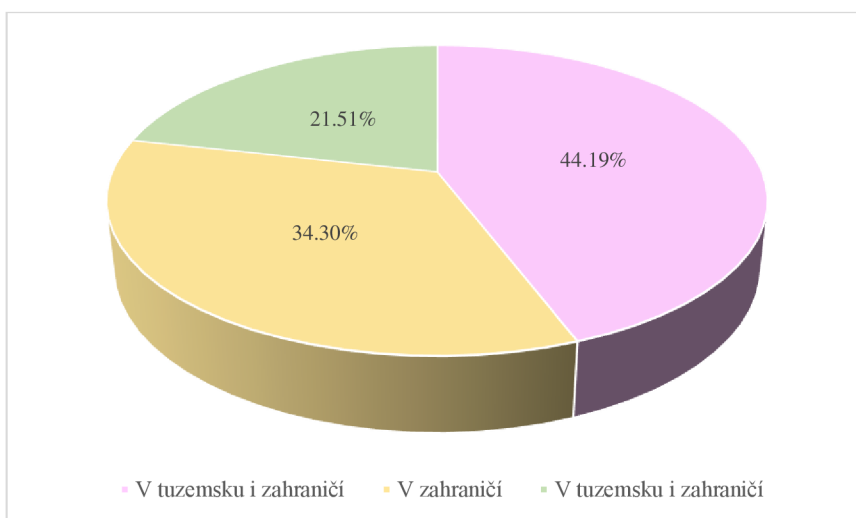
Otázka č. 18: Kde nejradyji trávíte dovolenou?

Tabulka 18: Preference dovolené

Odpověď	Absolutně	Relativně
V tuzemsku i zahraničí	152	44,19%
V zahraničí	118	34,30%
V tuzemsku	74	21,51%
Celkem	344	100,00%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 15: Preference dovolené



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Pohlaví respondentů**

Otázka č. 19 se zabírala pohlavím respondentů a byla první ze sociodemografických otázek. Byla položena všem zúčastněným. Z celkového počtu respondentů vyplnilo dotazník 189 žen a 155 mužů. Vzhledem k těmto údajům lze říci, že zastoupení obou pohlaví bylo poměrně vyrovnané.

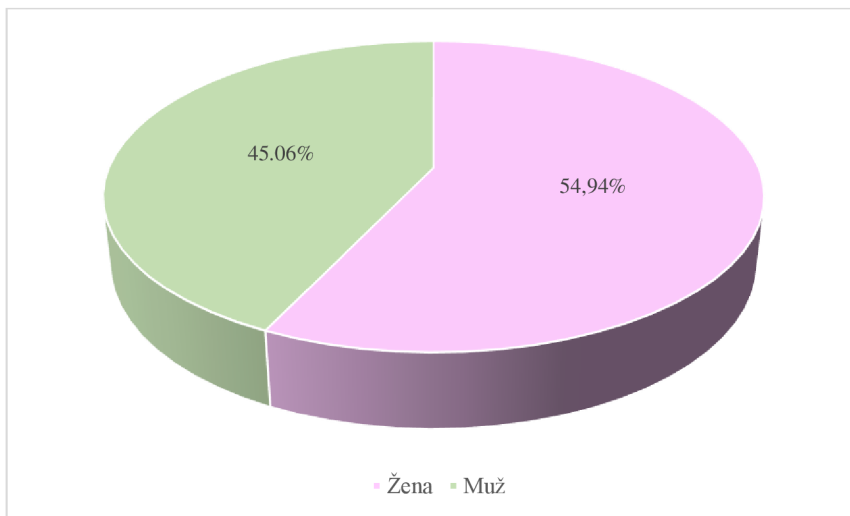
Otázka č. 19: Jaké je Vaše pohlaví?

Tabulka 19: Pohlaví respondentů

Odpověď	Absolutně	Relativně
Žena	189	54,94%
Muž	155	45,06%
Celkem	344	100%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 16: Pohlaví respondentů



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Věk respondentů**

Tato otázka měla za úkol rozdělit respondenty do skupin na základě věku a byla společná pro všechny účastníky šetření. Nejpočetnější zastoupenou věkovou skupinou v rámci dotazování jsou lidé ve věku 25-34 let (25,87 %, tedy 89 osob). Druhou početnou skupinu tvoří lidé ve věku 15-24 let (84 osob, což je 24,42 %). Nejméně respondentů je ve věku 65 let a více (6,4 %, tedy 22 osob). Nepoměr mezi získanými odpověďmi napříč věkovými skupinami je pravděpodobně způsoben distribucí dotazníku. Ta byla uskutečněna převážně prostřednictvím sociálních sítí (Facebook, Instagram), které více navštěvují mladí lidé nebo lidé v produktivním věku.

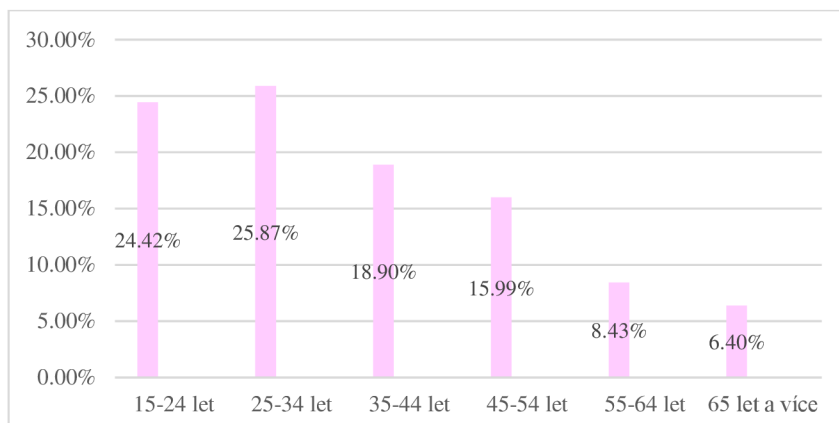
Otázka č. 20: Do jaké věkové kategorie patříte?

Tabulka 20: Věková struktura respondentů

Odpověď	Absolutně	Relativně
15-24 let	84	24,42%
25-34 let	89	25,87%
35-44 let	65	18,90%
45-54 let	55	15,99%
55-64 let	29	8,43%
65 let a více	22	6,40%
Celkem	344	100,00%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 17: Věková struktura respondentů



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Bydliště respondentů**

V otázce č. 21 bylo zjišťováno, z jakého kraje České republiky účastníci šetření pocházejí. Stejně jako u předešlých otázek byla i tato položena všem respondentům. Bylo zjištěno, že největší počet osob pochází z Libereckého kraje (24,42 %, tedy 84 osob). Následovala skupina respondentů z Prahy (51 osob, 14,83 %) a poté ze Středočeského kraje (49 osob, 14,24 %). Čtvrtou nejpočetnější skupinou bylo obyvatelstvo Královehradeckého kraje – 32 osob (9,3 %). Nejméně respondentů pochází z kraje Jihomoravského (pouze 7 osob, 2,03 %).

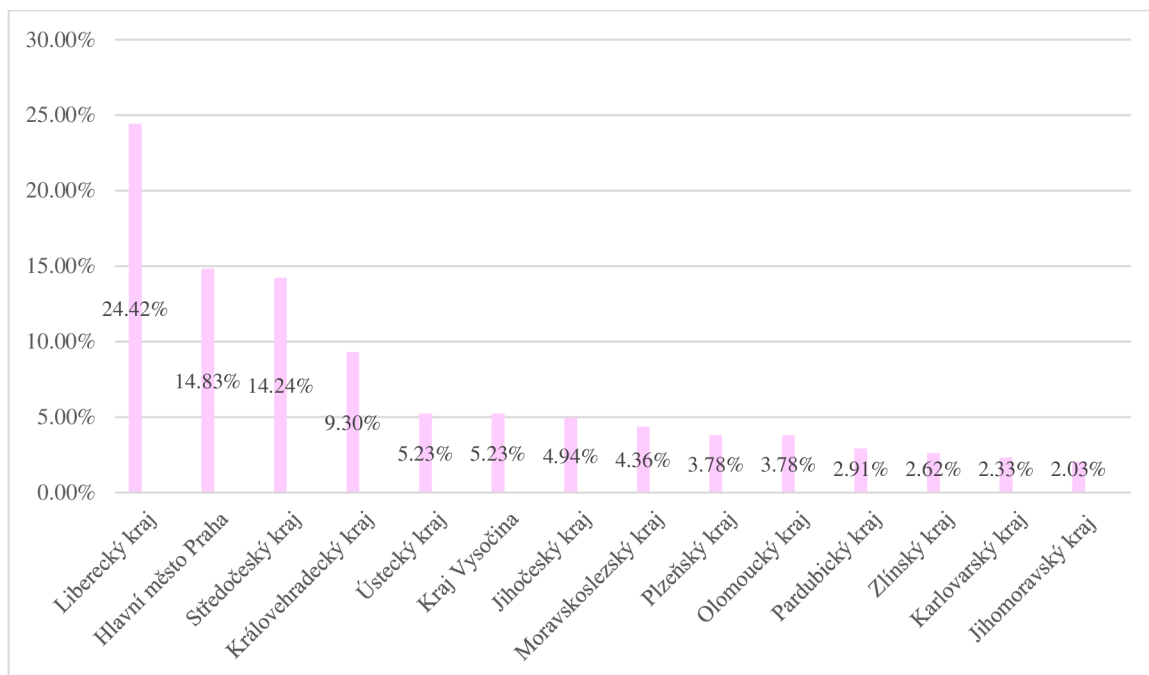
Otázka č. 21: Ve kterém kraji České republiky bydlíte?

Tabulka 21: Bydliště respondentů

Odpověď	Absolutně	Relativně
Liberecký kraj	84	24,42%
Hlavní město Praha	51	14,83%
Středočeský kraj	49	14,24%
Královehradecký kraj	32	9,30%
Ústecký kraj	18	5,23%
Kraj Vysočina	18	5,23%
Jihočeský kraj	17	4,94%
Moravskoslezský kraj	15	4,36%
Plzeňský kraj	13	3,78%
Olomoucký kraj	13	3,78%
Pardubický kraj	10	2,91%
Zlínský kraj	9	2,62%
Karlovarský kraj	8	2,33%
Jihomoravský kraj	7	2,03%
Celkem	344	100,00%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 18: Bydliště respondentů



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Vzdělání respondentů**

V otázce č. 22 byli respondenti tázáni ohledně jejich nejvyššího dosaženého vzdělání. Stejně jako ostatní sociodemografické otázky byla i tato položena všem účastníkům šetření. Celkem 37,79 % (130 respondentů) má ukončené střední vzdělání s maturitní zkouškou. 109 (31,69 %) dotazovaných má vystudované a ukončené vysokoškolské vzdělání na nejméně prvním stupni. Nerovnoměrné zastoupení různých úrovní vzdělání respondentů mohlo být jistě ovlivněno tím, že byl dotazník sdílen více mezi mladými lidmi, kteří jsou v dnešní době zvyklí studovat.

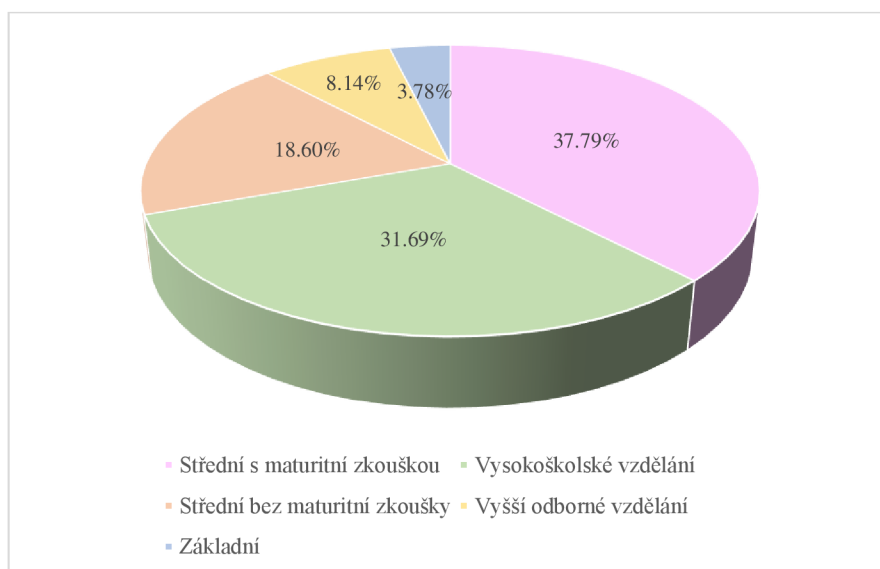
Otázka č. 22: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Tabulka 22: Vzdělání respondentů

Odpověď	Absolutně	Relativně
Střední s maturitní zkouškou	130	37,79%
Vysokoškolské vzdělání	109	31,69%
Střední bez maturitní zkoušky (výuční list)	64	18,60%
Vyšší odborné vzdělání	28	8,14%
Základní	13	3,78%
Celkem	344	100,00%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 19: Vzdělání respondentů



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

- **Zaměstnání respondentů**

Cílem poslední otázky dotazníku bylo zjistit současné zaměstnání respondentů. Otázka č. 23 byla taktéž položena všem účastníkům šetření. Největší skupinu tvoří zaměstnaní lidé (150 osob, 43,6 %) a následují osoby samostatně výdělečně činné (65 respondentů, 18,9 %). Podobný procentuální výsledek mají studenti (13,37 %, 46 osob) a pracující studenti (11,63 %, 40 osob). Nejmenší počet respondentů (2,03 %) je nezaměstnaných.

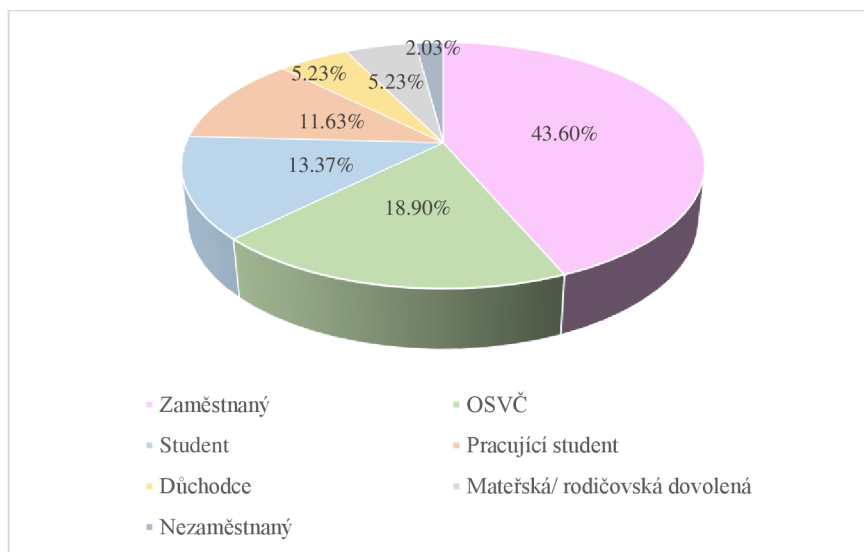
Otázka č. 23: Jaké je Vaše současné zaměstnání?

Tabulka 23: Zaměstnání respondentů

Odpověď	Absolutně	Relativně
Zaměstnaný	150	43,60%
OSVČ	65	18,90%
Student	46	13,37%
Pracující student	40	11,63%
Důchodce	18	5,23%
Mateřská/rodičovská dovolená	18	5,23%
Nezaměstnaný	7	2,03%
Celkem	344	100,00%

Zdroj: Vlastní šetření, 2022

Graf 20: Zaměstnání respondentů



Zdroj: Vlastní šetření, 2022

4.4 Ukazatele intenzity cestovního ruchu v oblasti

Níže zpracovaná data byla nalezena konkrétně pro město Harrachov a jsou dostupná na webových stránkách Českého statistického úřadu. Výsledné hodnoty jednotlivých výpočtů jsou přehledně zpracovány do grafů i tabulek a jsou porovnávány v letech 2014-2020.

- Defertova turistická funkce (angl. Defert tourist function rate – TF)

Defertova turistická funkce je obecně považována za jeden z běžných ukazatelů zatíženosti území cestovním ruchem. Tato funkce nevyjadřuje skutečné návštěvníky v destinaci, nýbrž počet potenciálních návštěvníků destinace (Musil a kol., 2008). Dle autora lze na základě výsledku funkce začlenit lokalitu do určitých intervalů. V rámci této diplomové práce je zařazení destinace do konkrétního intervalu provedeno právě dle zmíněného autora. Výpočet Defertovy turistické funkce:

$$TF = \frac{\text{počet stálých lůžek v ubytovacích zařízeních}}{\text{počet rezidentů}} * 100$$

Hodnoty Defertovy turistické funkce byly spočteny pro středisko Harrachov v letech 2014-2020.

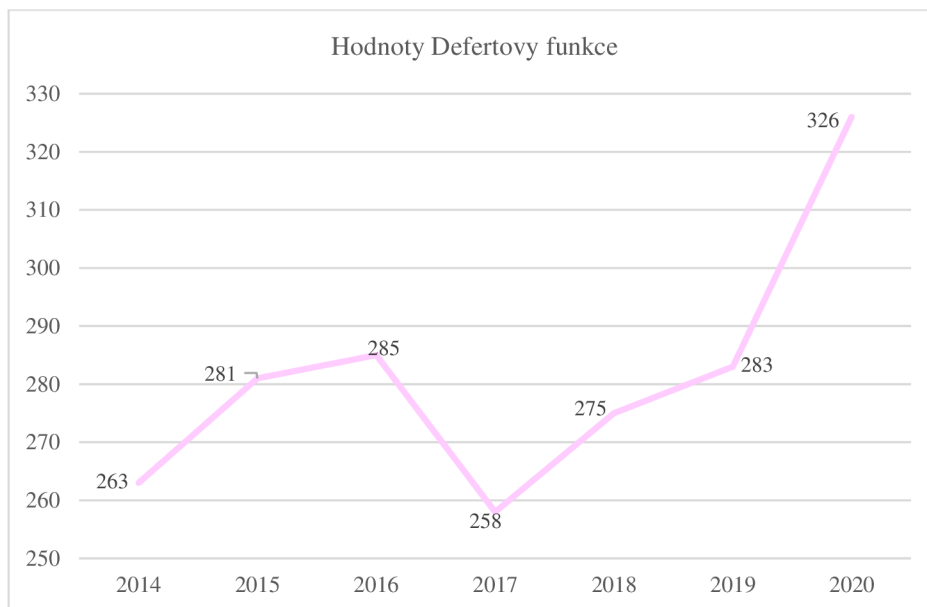
Tabulka 24: Defertova funkce daného území

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Počet stálých lůžek HUZ	3 943	4 136	4 152	3 680	3 905	3 948	4 349
Počet rezidentů	1 499	1 470	1 456	1 421	1 421	1 396	1 335
Defertova funkce	263	281	285	258	275	283	326

Zdroj: Vlastní zpracování a výpočty dle ČSÚ, 2022

Z tabulky je patrné, že po celé zkoumané období se Defertova funkce pohybovala v hodnotách od 258 do 326. Nejnížší hodnoty nabývala v roce 2017 a naopak nejvyšší v roce 2020, kde si lze povšimnout poměrně velkého nárůstu počtu stálých lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních. Dle výzkumu Musila a kol., (2008) řadí tyto hodnoty Harrachov do kategorie významné destinace cestovního ruchu, a to ve všech zkoumaných letech. V intervalu 100-500 (ve kterém se nachází i středisko Harrachov) se zpravidla pohybují destinace rekreačního, lázeňského a zimního destinačního typu, což samozřejmě na město Harrachov zcela odpovídá.

Graf 21: Hodnoty Defertovy funkce daného území v letech 2014-2020



Zdroj: Vlastní zpracování a výpočty dle ČSÚ, 2022

- Míra hustoty výskytu turistů (angl. Tourist density ratio – TDR)

Tento ukazatel srovnává, kolik dní v roce strávili turisté v dané destinaci a celkovou rozlohu destinace. V podstatě uvádí, kolik turistů se průměrně za den nachází v destinaci na 1 km² (Zelenka a Pásková, 2012). Vzorec výpočtu:

$$TDR = \frac{\text{průměrná délka pobytu turistů} * \text{počet turistů}}{\text{celková plocha destinace (km}^2\text{)} * \text{počet dní v roce}}$$

Musil a kol. (2008) uvádí, že tento ukazatel má poměrně závažný nedostatek. Tímto nedostatkem je především nepočítání s jednodenními návštěvníky destinace a také s trávením času těchto návštěvníků mimo danou destinaci (území). Výsledné hodnoty v tabulce níže jsou zaokrouhleny na celá čísla.

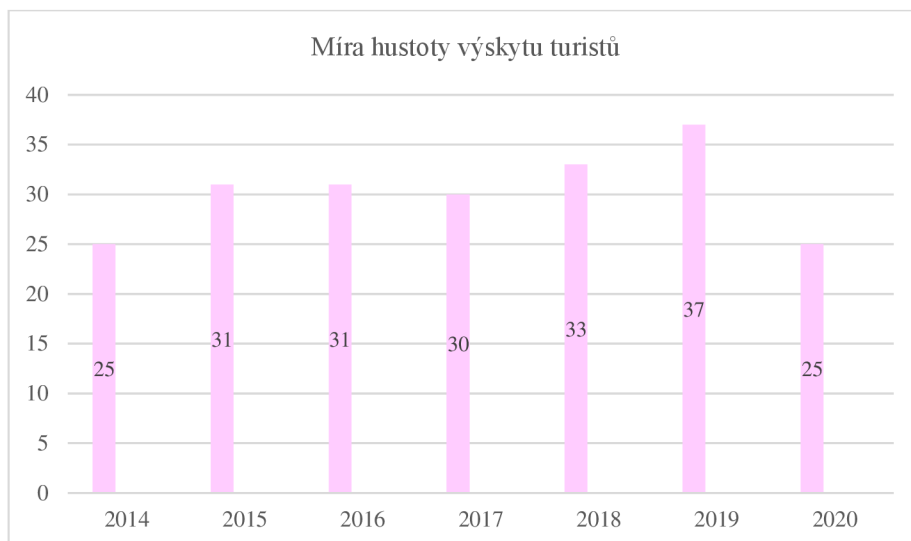
Tabulka 25: Míra hustoty výskytu turistů na daném území

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Průměrná délka pobytu turistů	3,5	3,3	3,4	3,3	3,2	3,3	3,4
Počet turistů	97 266	125 555	122 979	121 819	137 271	152 767	97 976
	den=266	den=344	den=337	den=334	den=376	den=419	den=268
Celková plocha destinace (km ²)	36,94						
Míra hustoty výskytu turistů	25	31	31	30	33	37	25

Zdroj: Vlastní zpracování a výpočty dle ČSÚ, 2022

Výsledné hodnoty tohoto ukazatele vykazují ve zkoumaných letech pozvolný růst s výjimkou roku 2017 a 2020, kdy nastal poměrně prudký pokles. Tento pokles jistě zapříčinila pandemie koronaviru, která právě již v roce 2020 zasáhla i odvětví cestovního ruchu. Nejvíce turistů na 1 km² se ve středisku nacházelo v roce 2019, a to 37 (po zaokrouhlení). Nejméně pak v letech 2014 a 2020, kdy to bylo pouze 25 návštěvníků na 1 km² (též po zaokrouhlení).

Graf 22: Hodnoty míry hustoty výskytu turistů v letech 2014-2020



Zdroj: Vlastní zpracování a výpočty dle ČSÚ, 2022

- Míra turistické penetrace (angl. Tourist penetration rate – TPR)

Ukazatel míry turistické penetrace udává poměr mezi počtem dnů strávených turisty v dané destinaci a počtem dnů strávených v téže destinaci místními obyvateli. Funkce tedy udává, kolik turistů se průměrně denně vyskytuje v destinaci na 100 místních obyvatel (Zelenka a Pásková, 2012). Vzorec výpočtu:

$$TPR = \frac{\text{průměrná délka pobytu turistů} * \text{počet turistů}}{\text{počet rezidentů} * \text{počet dní v roce}} * 100$$

Hodnoty využitě k výpočtu míry turistické penetrace v dané destinaci v letech 2014-2020 jsou opět zaneseny v tabulce níže. Výsledné hodnoty jsou zaokrouhleny na celá čísla.

Tabulka 26: Míra turistické penetrace v destinaci

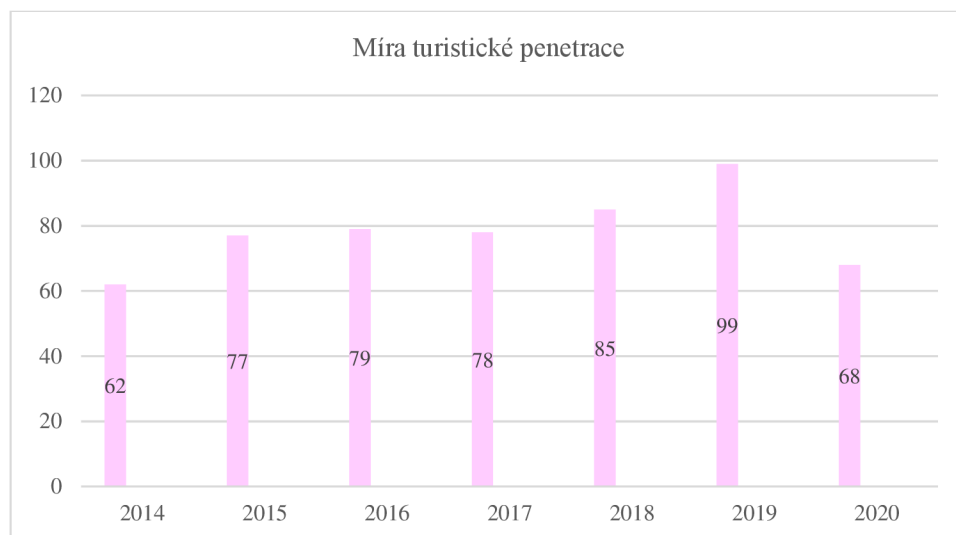
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Průměrná délka pobytu turistů	3,5	3,3	3,4	3,3	3,2	3,3	3,4
Počet turistů	97 266	125 555	122 979	121 819	137 271	152 767	97 976
Počet rezidentů	1 499	1 470	1 456	1 421	1 421	1 396	1 335
Míra turistické penetrace	62	77	79	78	85	99	68

Zdroj: Vlastní zpracování a výpočty dle ČSÚ, 2022

Hodnoty tohoto ukazatele vykazují během zkoumaného období rostoucí trend, avšak opět je zde patrný pokles v letech 2017 a 2020, stejně jako u předchozího ukazatele. Nejméně

turistů na 100 rezidentů se v destinaci nacházelo v roce 2014, a to 62. V roce 2019 se denně ve středisku nacházelo 99 turistů na 100 místních obyvatel, což znamená, že zde bylo v podstatě stejně turistů jako rezidentů.

Graf 23: Hodnoty míry turistické penetrace v letech 2014-2020



Zdroj: Vlastní zpracování a výpočty dle ČSÚ, 2022

- Míra turistické intenzity (angl. Tourist intensity rate – TIR)

Míra turistické intenzity udává, kolik turistů za rok připadá na 100 rezidentů dané destinace (Zelenka a Pásková, 2012). Výsledné hodnoty jsou opět zaokrouhleny na celá čísla. Vzorec výpočtu:

$$TIR = \frac{\text{počet turistů}}{\text{počet rezidentů}} * 100$$

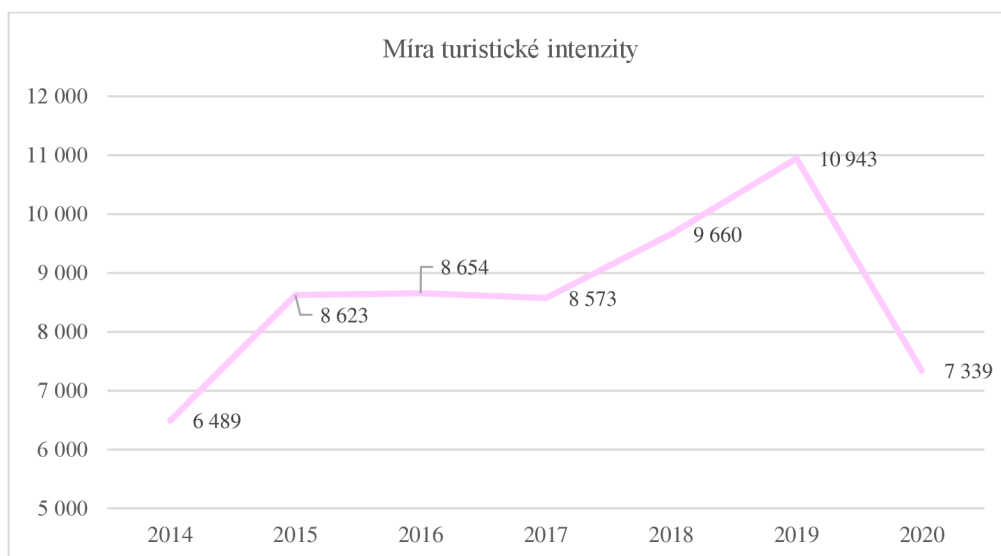
Tabulka 27: Míra turistické intenzity v destinaci

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Počet turistů	97 266	125 555	122 979	121 819	137 271	152 767	97 976
Počet rezidentů	1 499	1 470	1 456	1 421	1 421	1 396	1 335
Míra turistické intenzity	6 489	8 623	8 654	8 573	9 660	10 943	7 339

Zdroj: Vlastní zpracování a výpočty dle ČSÚ, 2022

Míra turistické intenzity dosahovala nejnižší hodnoty v roce 2014, což bylo 6 489 turistů za rok na 100 obyvatel destinace. Od té doby se míra turistické intenzity ještě zvyšovala a v roce 2019 bylo v Harrachově dokonce 10 943 turistů na 100 místních obyvatel za rok. Propad byl zaznamenán opět v roce 2020 především z důvodu pandemie koronaviru.

Graf 24: Hodnoty míry turistické intenzity v letech 2014-2020



Zdroj: Vlastní zpracování a výpočty dle ČSÚ, 2022

- Index turistického zatížení území (angl. Impact of tourism activities on the locality – TL)

Pásková a Zelenka (2012) uvádějí, že tento ukazatel udává, kolik lůžek se nachází v destinaci na 1 km². Výsledné hodnoty tohoto ukazatele jsou opět zaokrouhleny na celá čísla. Vzorec výpočtu:

$$TL = \frac{\text{počet stálých lůžek v ubytovacích zařízeních}}{\text{celková rozloha destinace (km²)}}$$

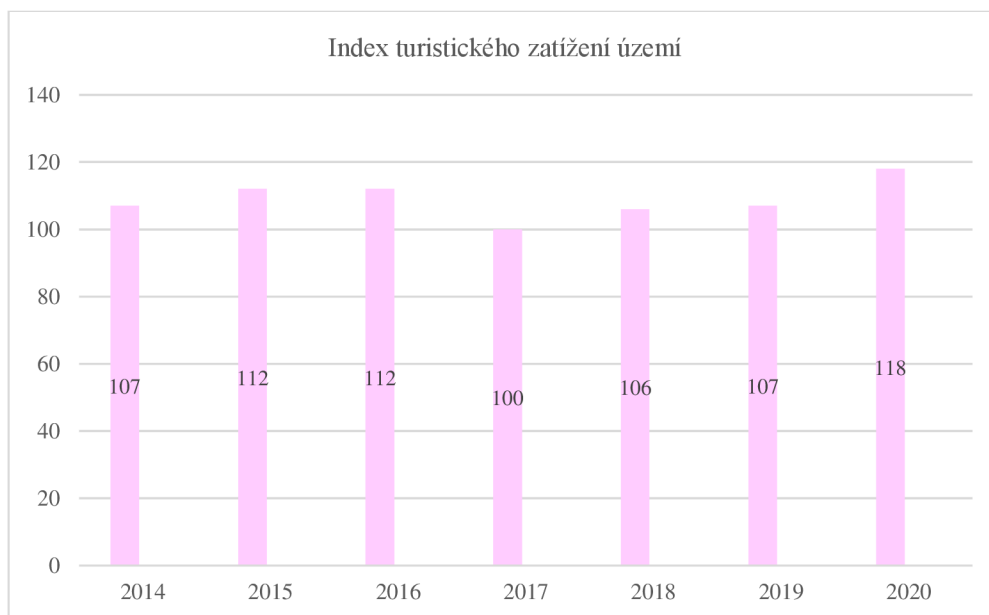
Tabulka 28: Index turistického zatížení území

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Počet stálých lůžek v ubytovacích zařízeních	3 943	4 136	4 152	3 680	3 905	3 948	4 349
Celková rozloha destinace (km ²)	36,94	36,94	36,94	36,94	36,94	36,94	36,94
Index turistického zatížení území	107	112	112	100	106	107	118

Zdroj: Vlastní zpracování a výpočty dle ČSÚ, 2022

Z tabulky je tedy patrné, jaký je počet stálých lůžek v ubytovacích zařízeních ve středisku Harrachov na 1 km². Nejméně lůžek na 1 km² se v této destinaci vyskytovalo v roce 2017, a to přesně 100. Naopak nejvíce v roce 2020 (118 lůžek na 1 km²).

Graf 25: Index turistického zatížení území v letech 2014-2020



Zdroj: Vlastní zpracování a výpočty dle ČSÚ, 2022

5 Výsledky a diskuse

V této kapitole diplomové práce je na základě zpracovaného vyhodnocení potenciálu destinace dle Bínovy metody (2002), realizovaného dotazníkové šetření a vypočtených ukazatelů intenzity cestovního ruchu provedeno zhodnocení výsledků a následně jsou zpracována doporučení a návrhy vedoucí k udržitelnému rozvoji cestovního ruchu ve středisku Harrachov.

5.1 Zhodnocení výsledků a diskuze

Jak již bylo zmíněno, potenciál cestovního ruchu ve vybrané destinaci byl zhodnocen prostřednictvím Bínovy metody (2002), a to na základě lokalizačních kritérií dané destinace. Vyhodnocením těchto jednotlivých kritérií byl potenciál cestovního ruchu ve středisku Harrachov stanoven na 294 bodů, což destinaci řadí dle Bíny (2002) do zóny výjimečného potenciálu cestovního ruchu. Z veškerých získaných dat bylo zjištěno, že k nejatraktivnějším místům Harrachova se řadí Mumlavský vodopád, který je tak velice častým cílem návštěvníků. Dosahuje délky 8,5 metru a je nejvodnatějším vodopádem celých Krkonoš. Tento fakt potvrdila i konkrétní otázka z dotazníkového šetření zaměřená na zjištění, co návštěvníky zaujalo ve středisku nejvíce. V okolí řeky Mumlavy a Mumlavského vodopádu je možné pozorovat i zajímavé druhy ptactva, jako je skorec vodní či konipas horský.

Středisko Harrachov je však zcela primárně navštěvováno z důvodu zimních sportů, a to především v rámci sjezdového lyžování, poté běhu na lyžích a skialpinismu. Dále je samozřejmě vyhledávaným centrem z hlediska pěší a horské turistiky či cykloturistiky. Největším skiareálem střediska je Skiareál na Čertově hoře, kam vedou dvě lanové dráhy a je zde k dispozici jeden lyžařský vlek. Disponuje celkem čtyřmi sjezdovkami různých obtížností. V Harrachově však lze nalézt i další, menší areály vhodné pro sjezdové lyžování. Oblast Harrachova je ideální i pro skialpinismus, kdy je možná například návštěva Vosecké boudy z roku 1743. Lze však dojít až na samé vrcholky Krkonoš – na horu Kotel, na Pramen Labe či na Zlaté návrší. V Harrachově se dále rozkládají i upravované tratě určené pro běh na lyžích. V oblasti střediska se nachází i lokalita určená k horolezectví – Lubošské skály a na Čertově hoře je k dispozici startovací plocha pro paragliding a závěsné kluzáky. Volnočasových a sportovních aktivit, které lákají turisty je v této destinaci poměrně velké množství.

Své významné postavení má ve středisku i harrachovská sklárna, což bylo také potvrzeno dotazníkovým šetřením. Je nejstarší, činnou sklárnou v celé České republice a její produkty jsou vyváženy dokonce do Spojených států amerických či Skandinávie a mají tak národní i nadnárodní význam. Tyto proslulé výrobky si lze prohlédnout v rámci exkurzí. V areálu sklárny se dále rozkládají pivní lázně, tudíž byl ve středisku shledán i lázeňský potenciál. Mezi další významné kulturně-historické památky se řadí ozubnicová trať vedoucí z Tanvaldu do města Harrachov. Tzv. „Zubačka“ je nejstrmější železniční tratí na našem území a zároveň jedinou funkční, normálně rozchodovou drahou. Její část byla dokonce vyhlášena Ministerstvem kultury České republiky za kulturní památku. V Harrachově se též nachází několik muzeí. Mezi nejznámější se řadí muzeum s lyžařskou expozicí, tedy Ski muzeum, které mapuje vývoj harrachovského lyžování a návštěvníci zde mohou vidět přes více než sto let staré „Ski“, jak se lyžím dříve v Krkonoších přezdívalo.

Co se týče pořádání velkých akcí, za zmínku stojí rockový festival Keltská noc, který je pořádán v doskočišti Mamutího můstku. Harrachov byl významnou destinací v rámci pořádání závodů světového formátu ve skocích a letech na lyžích. Poslední mistrovství světa v těchto disciplínách se zde konalo v roce 2014. V současné době to již není možné z důvodu nevyhovujícího technického stavu Mamutího můstku a ostatních velkých můstků (například můstku K120). V roce 2021 hostil Harrachov Mistrovství České republiky na horských kolech a jsou zde pravidelně pořádány skialpinistické závody a závody v běhu na lyžích.

Bylo zjištěno, že mezi kritéria, která nemají v Harrachově téměř žádný význam, nebo se zde ani nevyskytují se řadí církevní akce, které jsou spíše menšího charakteru (například pouze poutě či vánoční mše). Středisko také není vhodnou destinací pro konání konferencí či kongresů a velký význam zde nemají ani veletrhy a tematické trhy. Dále bylo zjištěno, že středisko není vhodné pro sportovní rybolov či myslivost a není vyhledávané ani z hlediska vodní turistiky.

V první otázce dotazníkového šetření bylo zjištěno, že z celkového počtu 344 respondentů navštívilo středisko Harrachov 247 dotazovaných (což je 71,8 %) a dalších 62 osob (18,02 %) návštěvu plánuje v budoucnu. Pouze 35 (10,17 %) respondentů nemá zájem o navštívení zmíněné destinace, a to především z důvodu nezájmu o dovolenou v tuzemsku (tuto odpověď uvedlo 19 respondentů z 35 dotazovaných). Většina dotazovaných, kteří již Harrachov navštívili uvedlo, že informace o středisku získali prostřednictvím rodiny, kamarádů či známých (tuto odpověď uvedlo 103 dotazovaných

z 247, což je 41,7 %). Průzkum toho, co turisty zaujalo ve středisku nejvíce nepřinesl žádná velká překvapení. Největší oblibu mezi turisty si získal Mumlavský vodopád, dále následovala odpověď zaujetím horami a přírodou a poté kvalitními lyžařskými podmínkami. Do pěti nejčastějších odpovědí se však samozřejmě řadila i harrachovská sklárna, která si tak upevnila svou pozici v rámci oblíbenosti mezi turisty. Tyto odpovědi poměrně silně korespondují s důvody pobytu turistů v destinaci, kdy nejvíce z nich přijíždí právě z důvodu turistiky, sportu a přírody a dále v rámci rekreace a odpočinku.

Mezi důležité informace se řadí i četnost návštěv a počet dnů strávených turisty v destinaci. Přes 50 % respondentů navštívilo Harrachov více než třikrát a většina dotázaných turistů zde strávila pouze jeden bez přenocování.

Dále byli účastníci dotazníkového šetření tázáni na jimi zvolený typ ubytování. Téměř shodně respondentů uvedlo využití penzionu a hotelu (přibližně 30 %), přičemž tyto odpovědi silně převažovaly. V případě osob, které v první otázce zvolili, že návštěvu destinace plánují do budoucna, byla otázka upravena na jimi plánovaný typ ubytování. V tomto případě bylo nejpopulárnější ubytování v soukromí, tedy v apartmánu. Obdobná otázka se týkala preferencí v rámci stravování, kdy respondenti nejčastěji využívali místní restaurace a poté se stravovali vlastním jídlem. Účastníkům šetření, kteří již město Harrachov navštívili byla také položena otázka, zda středisko vnímají jako atraktivní destinaci. Valná většina (205 respondentů z 247) shledává destinaci jako atraktivní, 10 účastníků šetření uvedlo, že pro ně toto středisko natolik atraktivní nebylo a 32 osob uvedlo, že se touto otázkou nikdy nezabývali, a tudíž nevědí.

Výpočty ukazatelů intenzity cestovního ruchu potvrdily, že se Harrachov řadí k velice populárním destinacím. Defertova funkce v analyzovaných letech 2014-2020 nabývá hodnot od 258 do 326, což dle výzkumu Musila a kol. (2008) řadí Harrachov do kategorie významných destinací cestovního ruchu. Míra hustoty výskytu turistů byla dokonce v roce 2019 natolik vysoká, že se ve středisku pohybovalo průměrně 37 turistů na 1km² za den. Výpočet míry turistické penetrace vyjadřoval, kolik turistů se průměrně denně vyskytovalo ve středisku Harrachov na 100 místních obyvatel. Tento ukazatel nabýval nejvyšších hodnot opět v roce 2019, kdy se zde denně pohybovalo v průměru 99 turistů na 100 rezidentů. Dle studie Havlíkové, Stupkové a Plíškové (2019) vedly celkově vysoké počty turistů k neustálému tlaku na navyšování ubytovacích kapacit ve středisku, což vedlo ke skutečnosti, že se z Harrachova stala destinace určená především k potřebám turistů, a to téměř bez ohledu na místní komunitu či životní prostředí. Tento problém se dle autorek

netýká pouze střediska Harrachov, nýbrž i dalších krkonošských středisek, jako je například Špindlerův Mlýn, Pec pod Sněžkou a Rokytnice nad Jizerou. I další zkoumané indikátory se od roku 2014 postupně zvyšovaly, avšak téměř ve všech případech následoval pokles v roce 2020. Tento pokles je zapříčiněn především pandemií koronaviru, která těžce zasáhla odvětví cestovního ruchu. Nejenom, že bylo ze strany vlády cestování omezeno, ale pandemii též následovala i ekonomická krize, kdy si mnoho lidí muselo jakýkoliv turismus z finančních důvodů odpustit. Zajímavá by jistě byla i data z roku 2021, jelikož i v tomto roce bylo cestování komplikovanější, avšak tyto nová data zatím nejsou pro středisko Harrachov k dispozici. I přes tento pokles je však vzhledem k výsledkům ukazatelů intenzity cestovního ruchu nezbytné, počítat do budoucna s konceptem udržitelného rozvoje cestovního ruchu v této destinaci. Udržitelný rozvoj turismu zajišťuje ochranu přírody i místní krajiny, ale nevyklučuje ani uvážlivé formy turismu a rekreace, a tudíž nezabývá rezidenty možnosti obživy a podnikání v cestovním ruchu. Předpokladem naplnění myšlenky udržitelného rozvoje cestovního ruchu je změna chování společnosti, která by si měla být vědoma nezbytnosti ochrany přírodních zdrojů a krajiny všeobecně. Právě v souvislosti s ochranou krajiny a přírodních zdrojů upozorňují autorky Havlíková, Stupková a Plíšková (2019) na negativní dopady sjezdového lyžování, které je jednou z nejvyhledávanějších aktivit ve středisku Harrachov. Uvádějí, že tato aktivita způsobuje erozi půdy, degeneruje okolní vegetaci, zvyšuje tlak na vodní toky v rámci umělého zasněžování sjezdovek a především večerní lyžování ohrožuje zdraví mnoha druhů zvířat. Omezení této aktivity je tedy žádoucím předpokladem rozvoje udržitelného turismu stejně jako orientování návštěvníků na uvážlivé, měkké formy turismu.

Dalším, a to velice podstatným předpokladem udržitelného turismu je zapojení všech zainteresovaných subjektů cestovního ruchu – Správa Krkonošského národního parku, obecní správa a samospráva, podnikatelské subjekty apod., kdy musí docházet k určitým kompromisům v rámci udržitelného rozvoje turismu ve středisku Harrachov. Naplňování tohoto scénáře lze prostřednictvím příslušných strategií, které by měly být v souladu s hlavními rozvojovými dokumenty, jako je například Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+ (MMR), Strategie rozvoje cestovního ruchu ČR 2021-2030 (MMR), Integrovaná strategie rozvoje regionu Krkonoše (destinační společnost Krkonoše – Svazek měst a obcí ve spolupráci se Správou KRNAP), Strategie rozvoje cestovního ruchu v regionu Krkonoše 2015-2025 či Vize Krkonoše 2050 – Přátelství lidí a hor (destinační společnost Krkonoše – Svazek měst a obcí ve spolupráci se Správou KRNAP). Velice podstatným

dokumentem udržitelného rozvoje cestovního ruchu je i Plán péče připravený též Správou KRNAP.

5.2 Doporučení

Na základě veškerých získaných informací jsou v této kapitole sestavena doporučení vedoucí k trvale udržitelnému rozvoji cestovního ruchu v destinaci Harrachov.

Snížení turistické a rekreační zátěže území

Tento strategický cíl je na území Harrachova jedním z nejdůležitějších, jelikož vzhledem ke zjištěným informacím je cestovní ruch na tomto území do budoucna zcela neudržitelný. Nutno říci, že tato situace se netýká pouze zmiňovaného střediska, avšak téměř celých Krkonoš, respektive celé oblasti Krkonošského národního parku. Destinační společnost Krkonoše – Svazek měst a obcí ve spolupráci se Správou Krkonošského národního parku vypracovala studii týkající se právě udržitelné zátěže tohoto území. Integrovaná strategie rozvoje regionu Krkonoše se samozřejmě týká i samotného střediska Harrachov, avšak vhodným způsobem řešení této problematiky je vytvoření strategického plánu udržitelného turismu ve spolupráci s městem Harrachov tak, aby se daná strategie týkala výhradně této destinace. Je nutné v rámci kompetencí města ve spolupráci se Správou Krkonošského národního parku vypracovat konkrétní plán managementu návštěvnosti, který určí vybrané plochy soustředění turistů v závislosti na konkrétních sezónách, který dále zabráni nežádoucímu rozptýlení turistů do environmentálně důležitých oblastí. Takovou oblastí je například bezprostřední okolí Vosecké boudy (1. zóna KRNAP), kde se nachází tokaniště v Krkonoších vzácného tetřívka obecného. Ač je tato oblast chráněnou klidovou zónou, je zapotřebí kvalitnějšího monitoringu a kontroly, jelikož turisté pravidla této zóny příliš nedodržují. V měsících páření by měl být přístup do této zóny omezen, aby postupně nedocházelo k nenávratnému vyhynutí tohoto druhu v Krkonoších.

Nejvyšší stupeň turistické a rekreační zátěže je ve středisku Harrachov v zimní a letní sezóně. Je třeba toto nadměrné soustředění turistů ve středisku v těchto sezónách rozptýlit i do jarního a podzimního období. Tato skutečnost může přispět k odstranění výrazných sezónních výkyvů v příjmech místního obyvatelstva, čímž se následně sníží i ekonomický tlak na destinaci v průběhu hlavních sezón. V zimní a letní sezóně tak destinace nebude tolik přetížená, jelikož návštěvníci se rozptýlí do období celého roku. Lze například nabízet pobytové balíčky s různými výhodami (sleva na půjčení kol a koloběžek, vstup na bobovou dráhu, apod.) během jara a podzimu. Dále také cíleně propagovat destinaci nejenom jako

horské středisko, které je ideální navštívit v zimě, ale spíše potenciálním turistům nabízet destinaci, kterou lze navštívit v průběhu celého roku.

Dalším návrhem v rámci tohoto bodu je snížit v destinaci lůžkovou kapacitu a naopak se zaměřit na kvalitu ubytování a s tím souvisejících služeb. Velice nežádoucí je v současnosti i výstavba zcela nových ubytovacích zařízení, které svým vzhledem nezapadají do kulturního rázu okolní krajiny.

Úprava zonace Krkonošského národního parku

Toto opatření by přineslo změny zonace v oblasti celého Krkonošského národního parku. Změny by přinesly „přesunutí“ území, která jsou pouze ochranným pásmem, do 3. zóny Krkonošského národního parku. Tím by se zároveň zpřísnila pravidla využívání tohoto území. V současné době je například umožněno koupání v řece Mumlavě v blízkosti Mumlavského vodopádu, což by se přesunutím této přírodní atraktivity do zóny s přísnějšími pravidly omezilo či zcela zakázalo.

Měkký turismus

Měkký turismus zahrnuje formy cestovního ruchu, při jejichž provozování nedochází k nadměrnému narušování přírodního prostředí a krajinného rázu. Naopak tvrdý turismus, který je ve středisku prozatím provozován, především v zimní a letní sezóně, vede k výrazným zásahům do přírodního prostředí, a to často na rozsáhlých plochách. Tyto aktivity zahrnují například odlesňování, terénní úpravy, umělé zasněžování či hlukové a světelné zatížení. Důležitá je tedy politická, ekonomická i legislativní podpora měkkých forem turismu, jako je například ekoturismus či agroturismus. Podpora agroturismu a malých podnikatelů s agroturistickým záměrem by mohla přicházet formou dotací z operace Podpora agroturistiky ze strany Státního zemědělského intervenčního fondu. Tyto formy mají nejenom nižší intenzitu negativních vlivů na krajinu a přírodu, ale zároveň se vyznačují krajinotvornou funkcí. Ve středisku se nachází minifarma (Pension Union), která poskytuje ubytování v několika málo pokojích a hosté se zde během svého pobytu starají o hospodářská zvířata. Povědomí turistů o této malé farmě je však minimální, a to i z toho důvodu, že kvalita webových stránek je na velice špatné úrovni. I toto je však známka toho, že i ve středisku Harrachov je možné provozovat šetrné formy cestovního ruchu. Rozvoj a podpora šetrných forem turismu je i jedním z bodů Strategie rozvoje cestovního ruchu regionu Krkonoše 2020-2025, kterou připravila destinační společnost Krkonoše – Svazek měst a obcí s pomocí České centrály cestovního ruchu.

Vzdělávání a osvěta

Zapojování návštěvníků i rezidentů destinace do soustavného procesu vzdělávání a ekologické výchovy. Motivování všech věkových skupin obyvatelstva k zodpovědnosti za současný i budoucí stav přírody a krajiny. Zajištění informovanosti návštěvníků o opatřeních či případných omezeních v rámci turistického využívání území prostřednictvím veřejných i soukromých subjektů cestovního ruchu. Toto vzdělávání může probíhat formou naučných stezek či prostřednictvím dřevěných informačních tabulí, které by odkazovaly jak na historii destinace, tak na případné dopady do budoucna. Ekologicky vzdělaní turisté by si poté více uvědomovali důsledky případného nešetrného chování ke krajině. Vzdělávání i osvěta jsou podstatným bodem dokumentu Vize Krkonoše 2050 – Přátelství lidí a hor. O dokument se zasloužila destinační společnost Krkonoše – Svazek měst a obcí.

Výstavba objektů a dopravní infrastruktura

Žádoucím opatřením je omezení výstavby nových objektů (například ubytovacích zařízení) ve středisku. I pokud by k nové výstavbě došlo, je nutné, aby nové rekreační objekty nenarušovaly krajinný ráz či pohledové horizonty a byly využívány tradiční, recyklovatelné materiály. Ideálnější řešení je však preference rekonstrukcí. Stavební řízení by mělo být striktně dodržováno a neměl by zde být žádný prostor pro případnou korupci. Na dodržování tohoto opatření by se mělo podílet zastupitelstvo města či Správa KRNAP, která by v tomto případě měla též pravomoci výstavbu zakázat (pokud by se měla uskutečnit v chráněných zónách KRNAP).

Snížena by měla být i intenzita individuální dopravy turistů. Lze vytvořit komplexní dopravní řešení, kdy prvním krokem je zavedení integrované hromadné dopravy do střediska. V současné době je intenzita a kvalita spojů vedoucích do Harrachova na poměrně špatné úrovni, a proto není divu, že většina turistů přijíždí v osobních automobilech, což vede k nedostatku parkovacích míst ve středisku a zároveň dochází i k většímu znečištění ovzduší. Zvýšení počtu spojů v rámci železniční i autobusové dopravy by mělo nastat i z polské Sklářské Poruby, a to i vzhledem ke spolupráci těchto dvou měst v rámci Euroregionu Nisa. Optimalizace a zkvalitnění dopravy do střediska v současné době probíhá za pomoci Místní akční skupiny – Rozvoj Tanvaldska, což zapříčinilo mírné posílení spojů z Tanvaldu do Harrachova. I přes tento fakt se však situace týkající se dopravní infrastruktury ve středisku příliš nelepší.

Ochrana místního obyvatelstva

Ochrana místního obyvatelstva před negativními dopady cestovního ruchu v Harrachově je dalším důležitým opatřením. Ekonomický tlak na rezidenty ze strany turismu by mohl způsobit odliv místních obyvatel, jelikož pro ně nebude finančně možné v destinaci nadále žít a fungovat. Služby v Harrachově (například restaurační zařízení) jsou nastaveny na „turistické“, vyšší ceny, a tudíž místní lidé ztrácí zájem o jejich využívání. Nejedná se však pouze o restaurace, nýbrž i o produkty denní potřeby, jako je například pečivo (ceny v místní pekárně jsou velice vysoké). Tomuto ekonomickému tlaku by bylo více než vhodné zabránit, a to i politickými prostředky. Město Harrachov by mohlo alespoň upozornit provozovatele těchto služeb, kam jejich chování může vést a přinejmenším dohlédnout alespoň na částečnou regulaci cen. Autorka práce z vlastních poznatků a zkušeností ví, že podobné snahy se již ve středisku odehrály, avšak jejich dopad byl velmi krátkodobý. Dále je třeba podporovat obytnou funkci tohoto sídla například snížením nájmu a zabránit dalšímu vysídlování destinace.

Zisky plynoucí do destinace z turismu je nutné zde udržet a použít například na opravu městských bytů, které by následně sloužily rezidentům.

Přechod k tzv. „zeleným hotelům“

Doporučením, které by přispělo k udržitelnému rozvoji cestovního ruchu v Harrachově je i postupný přechod místních hotelů k tzv. ekohotelům (zeleným hotelům). Ekohotely jsou v České republice poměrně novou záležitostí, ale jejich rozšíření ve významných střediscích cestovního ruchu je kvalitním krokem k udržitelnému rozvoji. Zelené hotely se objevily v návaznosti na rostoucí trend ochrany životního prostředí. Taková ubytovací zařízení nesou evropský certifikát „The Flower“ nebo českou značku „Ekologicky šetrná služba“, přičemž obě loga jsou garantována Ministerstvem životního prostředí. Ubytovací zařízení, která jsou označena těmito certifikáty využívají obnovitelné zdroje energie, kladou důraz na úspory vody a elektrické energie, předchází vzniku nadměrného množství odpadů, používají ekologicky šetrné výrobky a spolupracují pouze s dodavateli, kteří berou ohled na životní prostředí.

Soustavný monitoring destinace

Soustavným a kvalitním monitoringem lze do budoucna odvrátit případné nenávratné změny způsobené cestovním ruchem ve městě Harrachov a v jeho bezprostředním okolí. Monitoring by se měl zaměřit na kontrolu stavu turistických a naučných stezek ve středisku, na výskyt černých skládek a dále na stav biotopů. Monitoring návštěvnosti by měl být

zaměřen zvláště na dopady návštěvnosti a infrastruktury cestovního ruchu. Soustavný monitoring území pomáhá zvláště k dlouhodobému sledování úspěšnosti prováděných managementových zásahů na daném území a slouží jako podklad pro následné rozhodování orgánů státní správy.

6 Závěr

Cestovní ruch je v dnešní době přirozenou a nedílnou součástí života lidí v zemích s vyspělou ekonomikou. Zároveň je jedním z velice důležitých ekonomických odvětví současnosti. Zvyšující se úroveň kvality života, větší množství volného času a disponibilních finančních prostředků poskytují široké spektrum možností realizace cestovního ruchu. Uskutečňované cesty mají různé účely, avšak převážná část účastníků turismu je realizuje za účelem odpočinku či poznání nových míst, kultur a autentického života obyvatelstva dané destinace. Každý účastník má však jiné preference a představy, od kterých se odvíjí jak výběr cílové destinace, tak i druh a forma cestovního ruchu. Se stoupajícím počtem turistů a zvyšujícími se nároky je nutné dbát na udržitelnost rozvoje cestovního ruchu tak, aby bylo přírodní i kulturní bohatství naší planety zachováno i pro budoucí generace.

Česká republika disponuje množstvím míst, která lákají nejenom tuzemské, ale i zahraniční turisty, a jsou tak z hlediska cestovního ruchu velice významná. Mezi takové destinace se řadí i středisko Harrachov, kterému se tato diplomová práce věnovala. V rámci naplnění cíle práce bylo zhotoveno bodové hodnocení lokalizačních podmínek destinace dle Bínovy metody (2002). Na základě vyhodnocení jednotlivých lokalizačních kritérií byl potenciál cestovního ruchu ve středisku Harrachov stanoven na 294 bodů, což destinaci řadí do zóny výjimečného potenciálu cestovního ruchu. Tuto skutečnost dále potvrdil i výpočet Defertovy funkce, která v letech 2014 až 2020 nabývala hodnot mezi 258-326. Dle výzkumu Musila a kol. (2008) řadí tyto hodnoty Harrachov do kategorie významné destinace cestovního ruchu, a to ve všech zkoumaných letech. Výsledky dotazníkového šetření též potvrdily popularitu střediska, jelikož z celkových 344 respondentů navštívilo Harrachov 247 účastníků tohoto šetření. Dalších 62 respondentů s jistotou plánuje návštěvu střediska do budoucna a pouze 35 osob uvedlo, že o návštěvu zájem nemají.

Vzhledem k atraktivitě této destinace a především na základě výpočtů ukazatelů intenzity cestovního ruchu je do budoucna nutné, rozvíjet turismus udržitelným způsobem. Jedním z hlavních problémů Harrachova je sezónnost, která vede k výrazným sezónním výkyvům v příjmech místního obyvatelstva a též k nadměrnému zatížení destinace během hlavních sezón. Je třeba rozptýlit turisty do jarního a podzimního období, a to například nabídkou pobytových balíčků s výhodami, které se budou vztahovat pouze k návštěvě mimo hlavní sezóny. K udržitelnému rozvoji turismu by též vedl přechod stávajících hotelů k tzv. ekohotelům, které jsou provozovány v souladu s ochranou životního prostředí

a především v zahraničí se stávají velice populárními. V souvislosti s tím je třeba potlačit „tvrdý turismus“ a nahradit jej šetrnými formami cestovního ruchu, jako je například agroturismus, ekoturismus či geocaching. Hned první zmiňovanou formu by bylo možné realizovat i v souvislosti s tématem ekohotelů (tzv. zelených hotelů).

Z důvodu pandemie Covid-19 bylo odvětví cestovního ruchu silně zasaženo. Lze však říci, že se v současných dnech situace ohledně pandemie a cestování lepší, což vede k opětovnému zvýšení poptávky po tomto fenoménu. Dle odborných prognóz a informací by se poptávka po cestovním ruchu měla vrátit na srovnatelnou úroveň jako před pandemií po roce 2022 až 2023. Sama autorka práce upřímně doufá, že se tak stane co nejdříve a cestovní ruch se bude moci dlouhodobě ubírat udržitelným způsobem, který povede k prosperitě daných oblastí, nikoliv k jejich poškození či destrukci.

7 Seznam použitých zdrojů

AP, John a John L. CROMPTON. *Developing and Testing a Tourism Impact Scale*. *Journal of Travel Research*. 1998, 37(2), SAGE Publications, London.

BERÁNEK, Jaromír a kolektiv. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.

BÍNA, Jan. *Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v obcích České republiky*. Urbanismus a územní rozvoj. V (1). 2002. ISSN 1212-0855.

BÍNA, Jan. *Využití potenciálu cestovního ruchu v České republice*. 2010. Brno: Ústav územního rozvoje, 2010.

Cyklistické zpravodajství [online]. 2021 [cit. 2022-02-01]. Dostupné z: <https://mtbs.cz/>

CzechTourism: Mapa turistických regionů a oblastí [online]. 2018 [cit. 2021-12-10]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/institut-turismu/podpora-subjektu-v-cestovnim-ruchu/spoluprace-sregiony/mapa-turistickych-regionu-a-oblasti/>

CzechTourism: Základní informace [online]. 2021 [cit. 2022-03-13]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/O-nas/Zakladni-informace/Zakladni-informace-o-agenture-CzechTourism>

Český statistický úřad: Veřejná databáze [online]. 2022 [cit. 2022-03-07]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=home>

DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. Druhé, upravené vydání. Praha: Fortuna, 2013. ISBN 978-80-7373-079-6.

European Travel Commission: About ETC [online]. 2018 [cit. 2022-03-13]. Dostupné z: <https://www.etcgroup.org/about>

Euroregion Neisse-Nisa-Nysa [online]. 2021 [cit. 2022-01-26]. Dostupné z: <http://www.ern.cz/index.php?D=245>

FLOUSEK, Jiří, ed. *Krkonoše: příroda, historie, život*. Praha: Baset, 2007. ISBN 978-80-7340-104-7.

FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2001. Manažer. ISBN 80-247-0207-x.

GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-251-2595-3.

HALKIER, Henrik, Marek KOZAK a Bo SVENSSON, ed. *Innovation and Tourism Destination Development*. New York: Taylor and Francis. 2015. ISBN 978-1-138-92246-4.

HAMARNEHOVÁ, Iveta. *Geografie turismu: mimoevropská teritoria*. Praha: Grada, 2012. ISBN 9788024744308.

HAMARNEHOVÁ, Iveta. *Mezinárodní cestovní ruch: vybrané kapitoly*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2014. ISBN 978-80-7452-040-2.

HANKINSON, Graham. *Destination brand images: a business tourism perspective*. *Journal of Services Marketing*, 2005, 19, 24-32

Harrachov card: Cyklotrasy [online]. Harrachov, 2021 [cit. 2022-02-03]. Dostupné z: <https://www.harrachovcard.cz/leto/cyklistika/cyklotrasy>

Harrachov-info: Černý rybník [online]. Harrachov, 2019 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://www.harrachov-info.cz/aktivity/turisticky-zajimava-mista/cerny-rybnik>

Harrachov-info: Letní aktivity [online]. Harrachov, 2021 [cit. 2022-02-03]. Dostupné z: <https://www.harrachov-info.cz/aktivity/aktivity-leto/koupaliste-amp-minigolf>

Harrachov-info: Ozubnicová trať [online]. Harrachov, 2019 [cit. 2022-01-31]. Dostupné z: <https://www.harrachov-info.cz/aktivity/turisticky-zajimava-mista/ozubnicova-trat-zubacka>

Harrachov-info: Pěší turistika [online]. 2019 [cit. 2022-02-03]. Dostupné z: <https://www.harrachov-info.cz/aktivity/aktivity-leto/pesi-turistika>

Harrachov-info: Pivovar Harrachov [online]. Harrachov, 2020 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://www.harrachov-info.cz/aktivity/turisticky-zajimava-mista/pivovar-harrachov>

Harrachov-info: Ski muzeum [online]. Harrachov, 2019 [cit. 2022-01-31]. Dostupné z: <https://www.harrachov-info.cz/aktuality/ski-muzeum-harrachov-tisice-jedinecnych-exponatu>

Harrachov-info: Skokanské můstky [online]. Harrachov, 2019 [cit. 2022-01-31]. Dostupné z: <https://www.harrachov-info.cz/aktivity/turisticky-zajimava-mista/skokanske-mustky-harrachov>

Harrachov-info: Zajímavá místa v Harrachově [online]. 2019 [cit. 2022-02-03]. Dostupné z: <https://www.harrachov-info.cz/zajimava-mista-v-harrachove>

HAVLÍKOVÁ, Michaela, Lucie Crespo STUPKOVÁ a Lenka PLÍŠKOVÁ. *Evaluation of sustainable tourism potential of the principle Giant Mountains resorts in the Czech Republic. Environmental & Socio-economic Studies*. 2019, 7(4), 26-35. DOI:10.2478/environ-2019-0021. ISSN 2354-0079.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2.

HESKOVÁ, Marie a kolektiv. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Vyd. 1. Praha: Fortuna, 2015. ISBN 80-7168-948-3.

HESKOVÁ, Marie a kolektiv. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upravené vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.

HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.

HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012a, 151 s. ISBN 978-80-210-5847-7.

Hornické muzeum [online]. Harrachov, 2022 [cit. 2022-01-31]. Dostupné z: <http://www.hornicke-muzeum.eu/cs/>

Horosvaz: Lubošské skály [online]. 2021 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://www.horosvaz.cz/skaly-sektor-1116/>

Hory Krkonoše: Vánoční trhy [online]. Vrchlabí, 2022 [cit. 2022-02-01]. Dostupné z: <https://www.hory-krkonose.cz/mala-upa/udalosti/vanocni-trhy-v-harrachove-2294.html>

HRALA, Václav. *Geografie cestovního ruchu*. 6., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Idea servis, 2013. ISBN 978-80-85970-79-1.

INDROVÁ, Jarmila a kol. *Cestovní ruch pro všechny: [odborná školení a vzdělávání pracovníků územní veřejné správy pro oblast cestovního ruchu]*. Praha: Tribun EU, 2008. Knihovnicka.cz. ISBN 978-80-7399-407-5.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. aktualizované a rozšířené vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

Keltská noc [online]. 2021 [cit. 2022-02-01]. Dostupné z: <https://www.keltskanoc.cz/>

KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. *Cestovní ruch a rekreace: organizace, řízení a marketing v destinaci*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4430-7.

KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017. ISBN 978-80-244-5189-3.

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

KOTÍKOVÁ, Sylvie a Karolína PAVLŮ. *Evaluation of the Setting of the Global Promotion of the Czech Republic Destination*. SHS Web of Conferences. 2020, 74. DOI: 10.1051/shsconf/20207401016. ISSN 2261-2424.

KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.

Krkonoše-Svazek měst a obcí [online]. Vrchlábí, 2020 [cit. 2022-03-07]. Dostupné z: <https://svazek.krkonose.eu/>

Kudy z nudy: Sklářské a pivní slavnosti [online]. Czech Tourism, 2021 [cit. 2022-02-01]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/akce/sklarske-a-pivni-slavnosti>

Kudy z nudy: Skokanské můstky [online]. Czech Tourism, 2021 [cit. 2022-02-01]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktuality/v-harrachove-se-podarilo-obnovit-skokanske-mustky>

Kudy z nudy: Vosecká bouda [online]. Czech Tourism, 2020 [cit. 2022-02-01]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/vosecka-bouda-nejzapadnejsi-horska-bouda-na-hran>

Liberecký kraj: Běžecké tratě Harrachov [online]. 2022 [cit. 2022-02-03]. Dostupné z: <https://www.liberecky-kraj.cz/dr-cs/12535-bezecke-trate-v-okoli-harrachova.html>

Liberecký kraj: Stezka zaniklých sklářských hutí [online]. 2018 [cit. 2022-02-03]. Dostupné z: <https://www.liberecky-kraj.cz/dr-cs/10392-stezkou-zaniklych-sklarskych-huti.html>

Liberecký kraj: Včeli naučná stezka hraběte Harracha [online]. 2021 [cit. 2022-02-03]. Dostupné z: <https://www.liberecky-kraj.cz/dr-cs/11590-vceli-naucna-stezka-jana-hrabete-harracha.html>

LINDEROVÁ, Ivica. *Cestovní ruch: základy a právní úprava*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2013. ISBN 978-80-87035-82-5.

LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.

MALCOLM, Dominic. *The SAGE dictionary of sports studies*. Los Angeles: SAGE, 2008. ISBN 978-1412907354.

Mapy.cz: Harrachov [online]. 2022 [cit. 2022-01-26]. Dostupné z: <https://mapy.cz/zakladni?x=15.4256639&y=50.7726275&z=10&source=pубt&id=15719605&ds=1>

MARIOT, Peter. *Geografia cestovného ruchu*. VEDA, vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied. 1983. ISBN 71-053-83.

Mikroregion Tanvaldsko: Projekty v rámci regionu [online]. Tanvald, 2022 [cit. 2022-01-26]. Dostupné z: <https://www.tanvaldsko.info/o-nas/>

Minifarma Harrachov [online]. Harrachov, 2020 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://farma-harrachov.webnode.cz/>

Ministerstvo pro místní rozvoj: Cestovní ruch a udržitelný rozvoj [online]. 2017 [cit. 2022-02-16]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/b973337b-cccc-42a3-9d19-2b23356dcff2/GetFile15_1.pdf

Ministerstvo pro místní rozvoj: Cestovní ruch [online]. 2020 [cit. 2022-03-13]. Dostupné z: <https://mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch>

Ministerstvo životního prostředí: Místní Agenda 21 [online]. Praha, 2018 [cit. 2022-02-16]. Dostupné z: https://www.mzp.cz/cz/mistni_agenda_21

Mistopisy: Harrachov [online]. Valašské Meziříčí, 2021 [cit. 2022-01-26]. Dostupné z: <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/9797/harrachov/>

MORGAN, Nigel a Anette PRITCHARD. *Advertising in tourism and leisure*. Boston: Butterworth-Heinemann, 2000. ISBN 0-7506-4531-8.

MUSIL, Martin. *Potenciál a zatížení oblasti cestovním ruchem v souvislosti s ochranou životního prostředí: oponovaná výzkumná zpráva pro veřejnou správu a další zainteresované subjekty*. V Praze: Oeconomica, 2008. ISBN 978-80-245-1430-7.

Muzeum skla [online]. Harrachov, 2019 [cit. 2022-01-31]. Dostupné z: <https://www.harrachov-info.cz/aktivity/turisticky-zajimava-mista/muzeum-skla>

Národní památkový ústav: Památník Jiřího Harcuby [online]. 2020 [cit. 2022-01-31]. Dostupné z: <https://www.npu.cz/cs/uop-liberec/prezentace-pamatek/harrachov-pamatnik-jiriho-harcuby>

OCHRANA, František. *Metodologie, metody a metodika vědeckého výzkumu*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2019. ISBN 978-80-246-4200-0.

Organisation for Economic Co-operation and Development: Who we are [online]. 2018 [cit. 2022-03-13]. Dostupné z: <https://www.oecd.org/about/>

ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. V Praze: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.

PAGE, Stephen. *Tourism management*. Fifth edition. New York: Routledge, 2015. ISBN 978-11-387-845-74.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: Turismus České republiky*. 2. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky; vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5.

PALATKOVÁ, Monika a kol. *Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013-2020* [online]. Praha: CzechTourism, 2012, 293 [cit. 2021-11-22]. Dostupné z: <https://severnimorava.travel/musite-videt/moravian-silesian-tourism/marketing/strategie-aakni-plany/mark-koncepce-cr-2013-2020-/media/czt-marketingova-koncepce-cr-2013-2020>

PALATKOVÁ, Monika. *Management cestovních kanceláří a agentur*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-3751-5.

PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.

Paragliding Mapa: Čertova hora [online]. 2021 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://paragliding-mapa.cz/startovacky/detail/13/certova-hora-v>

PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. *Společensky odpovědný cestovní ruch*. V Praze: Idea servis, 2018. ISBN 978-80-85970-91-3.

PÁSKOVÁ, Martina. *Udržitelnost cestovního ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014. ISBN: 978-80-7435-329-1.

PÁSKOVÁ, Martina. *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. Vyd. 2. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009. ISBN 978-80-7435-006-1.

PLOG, Stanley C. *Why Destinations Rise and Fall in Popularity*. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 1973.

POMPUROVÁ, Kristína. *Řízení provozu cestovních kanceláří*. Praha: Idea servis, 2013. ISBN 978-80-85970-80-7.

RAŠOVSKÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada, 2017. Manažer. ISBN 978-80-247-5021-7.

REEDER, Richard J. a Dennis M. BROWN. *Recreation, Tourism and Rural Well-Being*. Washington, DC: US Department of Agriculture, Economic Research Service, 2005.

Region-Krkonoše [online]. 2019 [cit. 2022-01-31]. Dostupné z: <https://www.region-krkonose.cz/muzea-galerie/lesnicka-a-myslivecka-expozice-sindelka/>

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009. Management (Key Publishing). ISBN 978-80-7418-028-6.

Sdružení cestovního ruchu Harrachov [online]. Harrachov, 2019 [cit. 2022-01-27]. Dostupné z: <https://www.harrachov-info.cz/sdruzeni-cestovniho-ruchu-harrachov-scrh>

Sdružení obcí Libereckého kraje [online]. 2019 [cit. 2022-01-26]. Dostupné z: <https://solk.cz/index.php/homepage/o-sdruzeni>

SEIFERTO VÁ, Věra. *Průvodcovské činnosti*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4807-8.

SCHMITZ, Maria F. a Pablo DIAZ. *Tourism as a challenge*. Boston, MA: WIT Press, 2013. ISBN 978-1-84564-814-5.

Skiareal: Lanovky a vleky [online]. 2021 [cit. 2022-02-03]. Dostupné z: <https://www.skiareal.com/cz/zima/lanovky-a-vleky-v-harrachove/>

Skiareal: Skialp trasy [online]. 2021 [cit. 2022-02-03]. Dostupné z: <https://www.skiareal.com/cz/zima/skialpinisticke-tereny/>

SkiMo Harrachov [online]. 2021 [cit. 2022-02-01]. Dostupné z: <https://csgtriteam.cz/predchozi-akce/skimo-harrachov-aneb-harrachovska-noc-pod-hvezdami/?fbclid=IwAR08nfDT8ogwc2V5fBZnfkZRIMTcB-gnFRXB1cBKIJQ0BaZNdFei27-tNu0>

Sklárna Harrachov [online]. Harrachov, 2022 [cit. 2022-01-31]. Dostupné z: <https://www.harrachov-glass.com/>

Sklárna Harrachov: Crystal market [online]. 2020 [cit. 2022-02-01]. Dostupné z: <http://www.sklarnaharrachov.cz/aktuality/crystal-market-20-cervna-2020-n56347.htm>

Sklárna Harrachov: Pivovar [online]. 2021 [cit. 2022-02-01]. Dostupné z: <http://www.sklarnaharrachov.cz/pivovar>

Správa KRNAP: Harrachov [online]. Vrchlabí, 2018 [cit. 2022-01-26]. Dostupné z: <https://www.krnep.cz/search/?query=harrachov>

Správa KRNAP: Myslivost [online]. Vrchlabí, 2017 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://www.krnep.cz/myslivost-0/>

Správa KRNAP: Ochrana přírody a Národní park [online]. Vrchlabí, 2016 [cit. 2022-03-07]. Dostupné z: <https://www.krnep.cz/ochrana-prirody-a-pece-o-np/>

Správa KRNAP: Teplota [online]. Vrchlabí, 2020 [cit. 2022-01-26]. Dostupné z: <https://www.krnep.cz/teplota/>

Správa KRNAP: Vodní sporty [online]. Vrchlabí, 2020 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://www.krnep.cz/turismus-v-krnep/>

SVOBODOVÁ, Hana a kolektiv. *Vybrané kapitoly ze socioekonomické geografie České republiky*. Brno, 2013. ISBN 978-80-210-6229-0.

ŠAUER, Martin, Jiří VYSTOUPIL a Andrea HOLEŠINSKÁ a kol. *Cestovní ruch*. Učební text. Brno: Masarykova univerzita. 2015.

ŠŤASTNÝ, Karel, Vladimír BEJČEK, Ivan MIKULÁŠ a Tomáš TELENSKÝ. *Atlas hnízdního rozšíření ptáků v České republice: 2014-2017*. Praha: Aventinum, 2021. ISBN 978-80-7442-130-3.

ŠTEMBERK, Jan. *Kapitoly z dějin cestovního ruchu*. Pelhřimov: Nová tiskárna Pelhřimov ve spolupráci s katedrou společenských věd Vysoké školy obchodní v Praze, 2012. ISBN 978-80-7415-065-4.

The International Ecotourism Society: What is ecotourism? [online]. 2015 [cit. 2021-12-11]. Dostupné z: <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>

Treking [online]. 2018 [cit. 2022-02-03]. Dostupné z: https://www.treking.cz/servis/246_netfinancecz.htm

Turistika: kaple Sv. Alžběty [online]. 2018 [cit. 2022-01-31]. Dostupné z: <https://www.turistika.cz/mista/harrachov-kaple-sv-alzbety/detail>

Turistika: kostel sv. Václava [online]. 2010 [cit. 2022-01-31]. Dostupné z: <https://www.turistika.cz/mista/harrachov-kostel-sv-vaclava/detail>

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-340-7.

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. *Základy cestovního ruchu: distanční studijní opora*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2006. ISBN 80-210-4205-2.

VYSTOUPIL, Jiří. *Management cestovního ruchu: distanční studijní opora*. Brno: Masarykova univerzita, 2007. ISBN 978-80-210-4415-9.

World Tourism Organization: About us [online]. Madrid, 2018 [cit. 2022-03-13]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/about-us>

World Tourism Organization: Covid-19 and tourism [online]. Madrid, 2020 [cit. 2021-11-15]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020>

World Tourism Organization: Sustainable Tourism for Development [online]. Madrid, 2017 [cit. 2022-02-16]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/sustainable-development>

World Travel and Tourism Council: About us [online]. 2018 [cit. 2022-03-13]. Dostupné z: <https://wttc.org/About/About-Us>

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

8 Přílohy

Příloha č. 1 – Dotazníkové šetření

Příloha č. 2 – Fotoarchiv střediska Harrachov

Příloha č.1 – Dotazníkové šetření

Potenciál cestovního ruchu střediska Harrachov

Úvodní text:

Dobrý den,

jmenuji se Nicola Mítrusová a jsem studentkou České zemědělské univerzity. Ráda bych Vás tímto požádala o spolupráci na vyplnění dotazníku, který se zabývá zhodnocením potenciálu destinace cestovního ruchu v České republice. Konkrétně se jedná o středisko Harrachov ležící v západních Krkonoších. Dotazník je samozřejmě zcela anonymní a bude sloužit jako podklad pro vypracování mé diplomové práce a pouze pro mé potřeby.

Předem děkuji za Váš čas.



Dotazník:

1. Navštívili jste někdy středisko Harrachov?
 - Ano (pokračujte prosím otázkou číslo 2)
 - Ne, ale v budoucnu to plánuji (pokračujte prosím otázkou číslo 12)
 - Ne a v budoucnu to neplánuji (pokračujte prosím otázkou číslo 15)
2. Jakým způsobem jste získal/a o tomto středisku informace? (Můžete zvolit maximálně 3 odpovědi)
 - Internet-sociální síť
 - Internet-webové stránky
 - Tisk (časopisy, cestopisy, noviny)
 - Propagační materiály
 - Infocentrum
 - Televize

- Rozhlas
 - Žiji v okolí střediska Harrachov
 - Jiné:
3. Kolikrát jste středisko Harrachov navštívil/a?
- Pouze jednou
 - 2-3x
 - Vícekrát
4. Jaká byla délka Vašeho pobytu v dané destinaci?
- Jeden den bez přenocování (pokračujte prosím otázkou číslo 6)
 - 1 až 2 přenocování
 - 3 až 4 přenocování
 - 5 až 6 přenocování
 - 7 a více přenocování
5. Jaký typ ubytování jste ve středisku Harrachov využil/a?
- Hotel
 - Apartmán
 - Penzion
 - Hostel
 - Ubytovna
 - Kemp
 - Ubytování v soukromí
6. Jakým způsobem jste se do destinace dopravil/a?
- Automobilem
 - Autobusem
 - Vlákem
 - Karavanem
 - Na bicyklu
 - Pěšky

7. Jaký typ stravování jste ve středisku Harrachov využili? (Můžete zvolit maximálně 3 odpovědi)

- All inclusive
- Plná penze
- Polopenze
- Pouze snídaně
- Místní restaurace
- Rychlé občerstvení
- Vlastní stravování

8. Jaké byly Vaše důvody pobytu ve středisku Harrachov? (Můžete zvolit maximálně 3 odpovědi)

- Turistika, sport, příroda
- Kulturní akce
- Rekreace a odpočinek
- Návštěva rodiny, přátel
- Pracovní cesta
- Jiné:

9. S kým jste dané středisko navštívil/a?

- Sám/sama
- S rodinou
- S přáteli
- S partnerem/partnerkou

10. Co Vás ve středisku nejvíce zaujalo?

.....

11. Je dle Vašeho názoru středisko Harrachov atraktivní turistickou destinací?

(Pokračujte prosím otázkou číslo 17)

- Ano
- Ne
- Nevím (nepřemýšlel/a jsem o tom)

12. Jakým způsobem byste se do oblasti plánoval/a dopravit?

- Automobilem
- Autobusem
- Vlákem
- Karavanem
- Na bicyklu
- Pěšky

13. Jaký typ ubytování byste zvolil/a?

- Hotel
- Apartmán
- Penzion
- Hostel
- Ubytovna
- Kemp
- Ubytování v soukromí

14. S kým byste pravděpodobně středisko Harrachov navštívil/a? (Pokračujte prosím otázkou číslo 17)

- Sám/sama
- S rodinou
- S přáteli
- S partnerem/partnerkou

15. Jaké jsou Vaše důvody nezájmu o tuto destinaci? (Můžete zvolit maximálně 3 odpovědi)

- Nemám zájem o dovolenou v tuzemsku
- Nemám zájem o dovolenou v horských oblastech
- Považuji středisko Harrachov za neatraktivní destinaci
- Nedostatek služeb a aktivit
- Jiné:

16. Jaké aktivity či služby by Vás přesvědčili k návštěvě střediska Harrachov? (Pokračujte prosím otázkou číslo 17)

.....

17. Kde obecně získáváte informace ohledně cestování? (Můžete zvolit maximálně 3 odpovědi)

- Internet-sociální sítě
- Internet-webové stránky
- Tisk (časopisy, cestopisy, noviny)
- Propagační materiály
- Informační centrum
- Televize
- Rozhlas
- Od kamarádů, rodiny, známých
- Jinak:

18. Kde nejraději trávíte dovolenou?

- V tuzemsku
- V zahraničí
- V tuzemsku i zahraničí

19. Jaké je Vaše pohlaví?

- Muž
- Žena

20. Do jaké věkové kategorie patříte?

- 15 až 24 let
- 25 až 34 let
- 35 až 44 let
- 45 až 54 let
- 55 až 64 let
- 65 a více let

21. Ve kterém kraji České republiky bydlíte?

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Liberecký kraj
- Královehradecký kraj
- Pardubický kraj
- Plzeňský kraj
- Karlovarský kraj
- Ústecký kraj
- Jihočeský kraj
- Jihomoravský kraj
- Zlínský kraj
- Olomoucký kraj
- Kraj Vysočina
- Moravskoslezský kraj

22. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Základní
- Střední bez maturitní zkoušky (výuční list)
- Střední s maturitní zkouškou

- Vyšší odborné vzdělání
- Vysokoškolské

23. Jaké je Vaše současné zaměstnání?

- Student
- Pracující student
- Zaměstnaný
- OSVČ
- Důchodce
- Mateřská/rodičovská dovolená
- Nezaměstnaný

Děkovný text:

Děkuji za Váš čas.

Příloha č.2 – Fotoarchiv střediska Harrachov

Obrázek 10: Středisko Harrachov v zimě



Zdroj: harrachov-info.cz, 2019

Obrázek 11: Centrum střediska Harrachov



Zdroj: harrachov-info.cz, 2019

Obrázek 12: Mumlavský vodopád v zimě



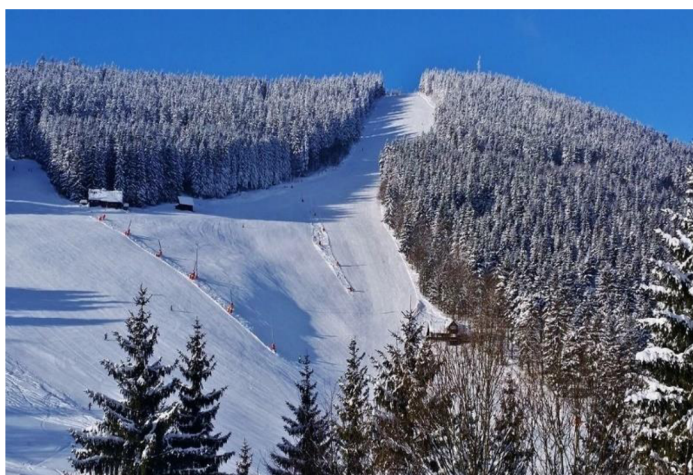
Zdroj: harrachov-info.cz, 2019

Obrázek 13: Mumlavský vodopád v létě



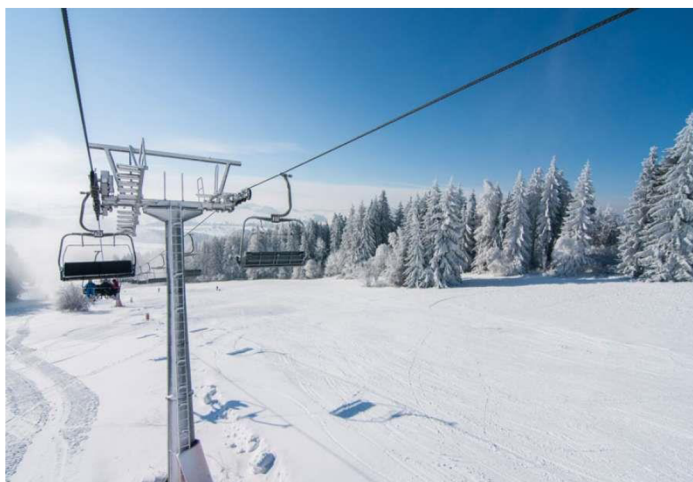
Zdroj: harrachov-info.cz, 2019

Obrázek 14: Skiareál Harrachov-Rýžoviště



Zdroj: skiareal.com, 2021

Obrázek 15: Skiareál Harrachov-lanovka na Čertovu horu



Zdroj: skiareal.com, 2021

Obrázek 16: Skokanské můstky v Harrachově



Zdroj: harrachov-info.cz, 2019

Obrázek 17: Tetřívek obecný



Zdroj: krnap.cz, 2016

Obrázek 18: Muzeum skla



Zdroj: harrachov-info.cz, 2019

Obrázek 19: Interiér sklárny



Zdroj: sklarnaharrachov.cz, 2020

Obrázek 20: Ukázka produktu harrachovské sklárny



Zdroj: sklarnaharrachov.cz, 2020

Obrázek 21: Expozice Ski muzea



Zdroj: harrachov-info.cz, 2019

Obrázek 22: Minipivovar Novosad & syn



Zdroj: harrachov-info.cz, 2020

Obrázek 23: Lokální harrachovská piva-František a Čerťák



Zdroj: harrachov-info.cz, 2020

Obrázek 24: Vosecká bouda



Zdroj: kudyznudy.cz, 2020

Obrázek 25: Ozubnicová trať-Zubačka



Zdroj: harrachov-info.cz, 2019